SUPPLÉMENT - L'EXPRESS NUMÉRO 3347 DU 26 AOÛT 2015 - NE PEUT ÊTRE VENDU SÉPARÉMENT.

www.lexpress.fr

L'EXPRESS

ÉDITION SPÉCIALE

ÉDITION 2015

RÉUSSIR EN NORD-PAS-DE-CALAIS

DOSSIER
Entreprendre autrement

PORTRAITS
Rencontre avec des patrons en quête de sens

COMPÉTITIVITÉ
Innovation, soyez Open !

ENTREPRENDRE
Osez la franchise

Emmanuel Druon, entrepreneur et président de Pocheco, milite pour une entreprise plus productive et moins polluante.

SDP POCHECO

Crédit Mutuel Nord Europe
cmne.fr

« L'aide du Crédit Mutuel a été précieuse pour la création de mon entreprise. »

Franck DUBREU, gérant de la Sarl Franck Réception et **client professionnel du Crédit Mutuel Nord Europe depuis 2013.**

Document non contractuel - Conception studio de création CMNE - Crédit photo : In Your Eyes - Juillet 2015.

ENTREPRENDRE NOUS RASSEMBLE !

Franck DUBREU, gérant de la SARL FRANCK RÉCEPTION, organisation de réceptions, mariages et fêtes à Coudekerque-Branche.
Franck Réception est le partenaire indispensable des événements familiaux ou d'entreprises. Spécialisé dans les boissons*, la location de tonnelles et de vaisselle ; son leitmotiv est le service client.

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé.

Découvrez son interview
cmne.info/franck-reception

Si vous aussi, vous avez l'envie d'entreprendre :

Appelez-nous
0 820 047 048 Service 0,12 € / min + prix appel

Connectez-vous sur cmne.fr

Suivez-nous sur Facebook
facebook.com/CreditMutuelNordEurope

Caisse Fédérale du Crédit Mutuel Nord Europe, SA coopérative de crédit à capital variable - 4, Place Richebé 59000 Lille RCS Lille Métropole 320 342 264.

QUAND L'ENTREPRISE SE RÉINVENTE

L'économie sociale et solidaire a le vent en poupe. Pas étonnant, tant l'idée d'une entreprise qui associe toutes les parties prenantes et tient compte des conséquences sociales et économiques de son activité est séduisante. Utopie ? Pas le moins du monde. Après tout, l'entreprise n'est-elle pas, d'abord et avant tout, une organisation collective de création de richesse ? N'a t-elle pas une responsabilité évidente envers les générations futures et, à cet effet, ne doit-elle pas agir dans l'intérêt du long terme ? Si, bien sûr ! Et ils sont de plus en plus nombreux ces entrepreneurs d'un nouveau genre à vouloir (ré)concilier recherche de profit et intérêt général. Car ne nous y trompons pas. S'ils rêvent d'entreprendre autrement, ils restent des chefs d'entreprises comme les autres parfaitement connectés aux réalités économiques. Et, à ce titre, doivent générer des profits, non pas pour servir les actionnaires, mais pour assurer la pérennité de leur structure.

Cette nouvelle façon de concevoir l'entreprise est le fil rouge du supplément Réussir dans le Nord - Pas-de-Calais 2015.

Nous avons rencontré cette nouvelle génération de créateurs en quête de sens, mais aussi de rentabilité. Des patrons convaincus que l'entreprise ne doit plus être la seule propriété de ceux qui y apportent du capital, mais aussi de tous ceux qui y sont impliqués. Des nouvelles pousses du patronnat qui entreprennent avant tout pour se faire plaisir, partager leur projet et gagner en indépendance.

Et constaté que, de la même manière que certains choisissaient d'« entreprendre ensemble », nombreux étaient ceux, connectés aux réseaux sociaux ou à la France des champs, qui faisaient le choix d'innover ensemble. Faisant émerger de nouvelles formes de collaborations où la mise en commun et le travail d'équipe, apparaissent comme des priorités.

Inspirés par ces dirigeants soucieux d'agir positivement sur le monde et d'ouvrir les frontières classiques de l'entreprise, nous vous proposons une édition qui, nous l'espérons, ouvre de nouveaux horizons.

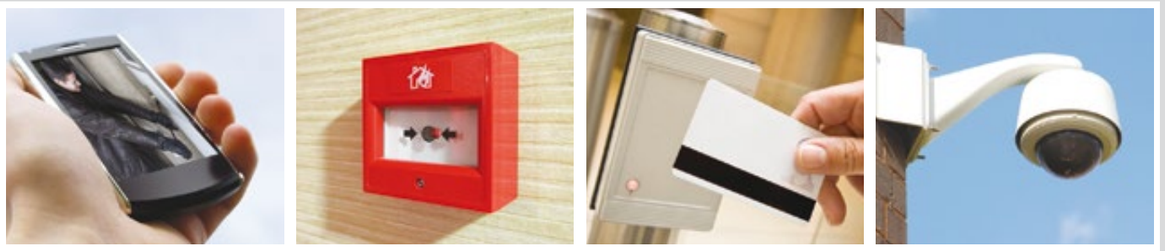
• **Catherine Foulsham**

L'EXPRESS

L'Express : 29, rue de Châteaudun - 75308 Paris cedex 09. Tél. : 01 75 55 10 00 - cppap n° 0318c82839 - issn n° 0014-5270. **Société éditrice :** Groupe Express-Roularta. Siège social : 29, rue de Châteaudun, 75308 Paris Cedex 09. Capital social : 47 150 040 €. Principal Actionnaire : Altice Média Group France. **Président-directeur général :** Marc Laufer. **Directeur de la publication :** Christophe Barbier. • **RÉDACTION** • **Rédaction en chef :** Philippe Bidalon. • **MANAGEMENT** • **Directeur général adjoint :** Éric Matton. Éditeur délégué : Tristan Thomas. • **PUBLICITÉ** • **Directrice régie :** Valérie Salomon. **Directeur du pôle News Culture :** Pierre-Étienne Musson. Directeur de la publicité : Cyril Bostvironnois assisté d'Agnès Duchiron, Ziza Koudou, et Romuald Swiecki. • **FABRICATION / PHOTOGRAVURE** • Marie-Christine Pulejo - Express-Roularta. Imprimerie : Roularta (Belgique) - Copyright 2015 SA Groupe Express-Roularta. • **RÉALISATION** • Agence de presse Objectif Une - 172, rue Duguesclin, 69003 Lyon - Tél. 04 72 32 29 01. **Responsable édition :** Cécile Masscheleyn. **Assistante :** Frédérique Roche. **Rédactrice en chef :** Catherine Foulsham. Ont collaboré à ce numéro : Nathalie Bergue-Mura, Gaëtane Deljurie, Sophie Helouard, Nicolas Montard et Marc Prevost. **Direction artistique :** Régis Lesserteur. Tous droits de reproduction réservés. • **RÉGIE PUBLICITAIRE** • Partenaire Nord - Parc de la Cimaise - 20, rue du Carrousel - 59 650 Villeneuve d'Ascq - www.partenaire.fr. Contacts : Valérie Desbonnet, Nicolas Dubouis et Emilie Gonnet - Tél. : 03 20 34 46 00.

Un **expert** pour m'accompagner dans mon **projet de sécurité**.

Sécuriser mon entreprise m'a aussi appris à anticiper davantage.



Votre entreprise a une histoire. Ecrivons son avenir grâce à nos solutions dédiées aux professionnels.

Renseignements au **03 20 59 39 00**
ou sur : **www.securite-acs.com**

acs
ALARME - CONSEIL - SECURITE

Sommaire

D.R. - GHESQUIÈRE - GROUPESYLVAREG - ROLL'GOM - MÛ VISIONS

10 PISTES À SUIVRE

D.R.

37 INNOVATION

CETI

44 LA FRANCHISE

NHCD

6

Dossier
IL EST TEMPS D'ENTREPRENDRE AUTREMENT !

Portraits

Pocheco
L'anti-manager 19

Vitame
Humain avant tout 20

Get Lost
En peloton serré 21

Roll-Gom
Quand l'économie circulaire tourne rond 22

Sylvagreg
Repense le logement de demain 24

Gecco
Carbure à l'huile usagée 25

Le Petit Monde de Siméon
Ensemble, on va plus loin 26

Mobile Angelo
Allo, maman, bobo 28

La récolte.fr
Les pieds sur terre 30

MÛ Visions
Une nouvelle étape à la loupe 31

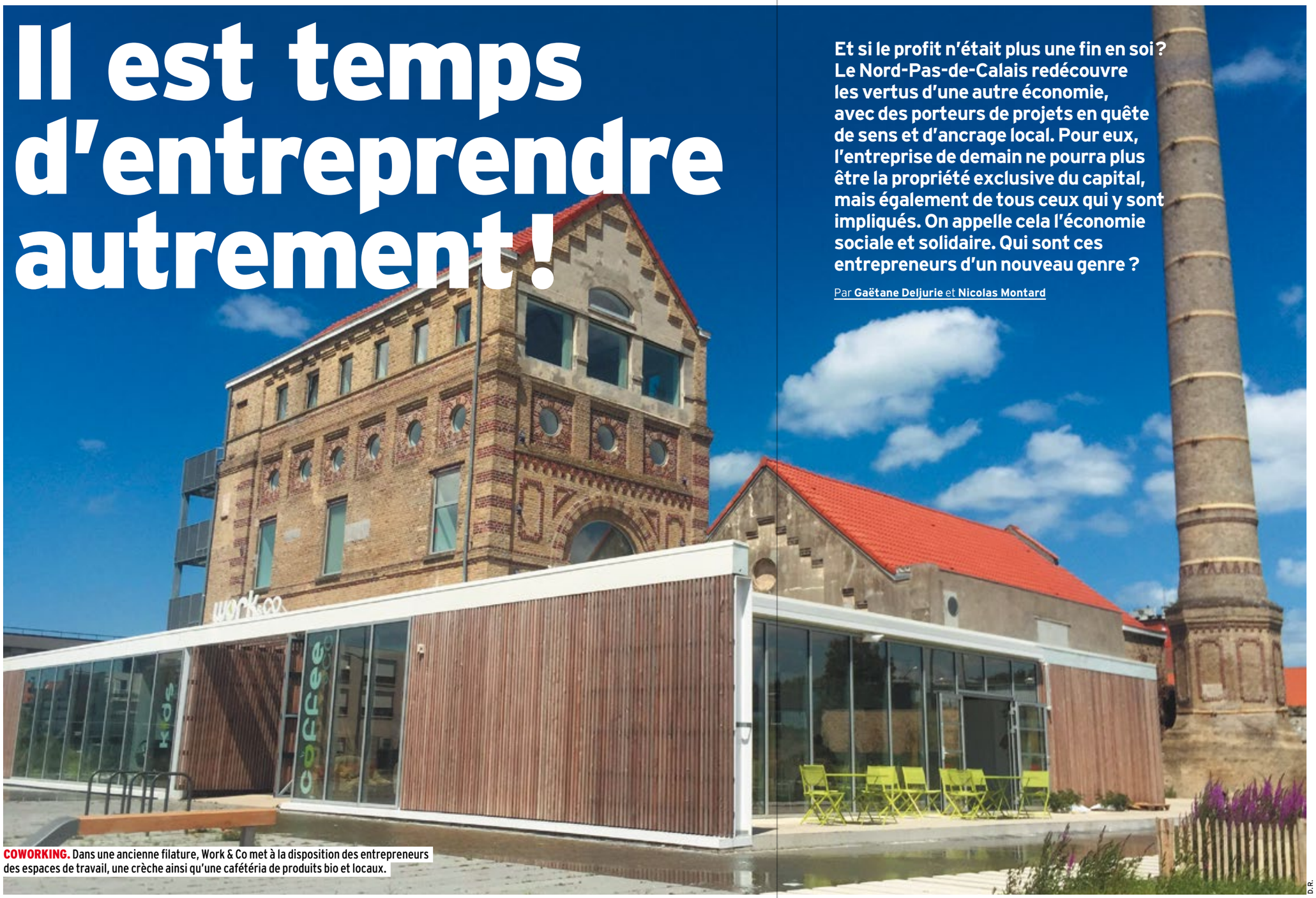
Compétitivité
Innovation, soyez Open ! 37

Entreprendre
La franchise, une autre façon de créer 44

Il est temps d'entreprendre autrement !

Et si le profit n'était plus une fin en soi ? Le Nord-Pas-de-Calais redécouvre les vertus d'une autre économie, avec des porteurs de projets en quête de sens et d'ancrage local. Pour eux, l'entreprise de demain ne pourra plus être la propriété exclusive du capital, mais également de tous ceux qui y sont impliqués. On appelle cela l'économie sociale et solidaire. Qui sont ces entrepreneurs d'un nouveau genre ?

Par **Gaëtane Deljurie** et **Nicolas Montard**



COWORKING. Dans une ancienne filature, Work & Co met à la disposition des entrepreneurs des espaces de travail, une crèche ainsi qu'une cafétéria de produits bio et locaux.

D.R.

C'était jour de fête au 75, rue Gambetta, à Lille. Après avoir préparé le déjeuner de concert, une cinquantaine de personnes s'organisent pour faire la vaisselle, le temps de laisser le café passer. Parmi eux, des représentants d'un bureau d'études en développement durable, des experts-comptables, des communicants, des consultants... Tous réunis pour fêter les cinq ans du cluster d'entreprises Initiatives et Cité. « Nous avons créé un espace économique commun pour travailler ensemble : nous sommes toutes des microentreprises qui, réunies, sont capables d'aller chercher de gros contrats, de structurer une offre commerciale commune », résume Benoît Lewyllie, directeur général de GrandsEnsemble, l'une des coopératives fondatrices de ce groupement fondé autour du développement local durable. L'écosystème imaginé est naturellement favorable au développement d'affaires. » La preuve, depuis cinq ans, les entreprises membres de ce réseau proposant une offre complète de services, représentent 450 salariés et enregistrent 22 millions de chiffre d'affaires. Initiatives et Cité est ainsi capable d'accueillir un porteur de projet désireux de tester son offre de services (avec GrandsEnsemble), de réfléchir à la mise en œuvre d'outils de communication dédiés aux décideurs politiques (avec Résonance) ou de concevoir une œuvre audiovisuelle pour assurer la promotion de son entreprise (avec SMartfr). Un espace de coworking, La Grappe, inauguré en 2013, fait à la fois office de tiers lieu pour travailler, se former, se réunir, mais aussi de plate-forme de services et d'« intelligence collective », creuset des nouveaux projets.

Développer des projets communs

« Le cluster Initiatives et Cité a fait le choix d'entreprendre autrement *via* la réalisation de projets communs », ajoute Nicolas Wallet, président directeur général de GrandsEnsemble. A son actif, en 2014, le groupement a remporté le •••

PASSION. La brasserie Cambier privilégie le circuit court et les relations humaines.

D.R.

••• contrat du « Joli mois de l'Europe » en Nord-Pas-de-Calais, destiné à booster des projets européens dans la région grâce à la mutualisation des compétences en relations presse, édition et animation. Il a aussi décroché l'appel à projets pour le « soutien à la dynamique de pôles territoriaux » lancé par le gouvernement. À l'instar des pôles de compétitivité, un pôle d'excellence régional en matière d'économie sociale et solidaire est né en Nord-Pas-de-Calais.

Privilégier le mieux-être social

En remettant l'activité au service de la personne, l'économie sociale et solidaire (ESS) ouvre une nouvelle voie aux entrepreneurs en quête de sens et permet de créer des emplois non délocalisables. Les entreprises du champ de l'ESS partagent quatre fondamentaux : avoir une utilité sociale et répondre à des besoins pas ou mal satisfaits ; partager une gouvernance démocratique où chacun décide ; tisser un ancrage territorial en nouant des partenariats locaux ; prôner une « lucrativité responsable » ne visant pas seulement les bénéfices. Exit donc la seule recherche de profit par des actionnaires détachés des réalités, l'ESS redonne la priorité au mieux-être social.

« La coopération devient de plus en plus forte. Les porteurs de projet admettent de plus en plus qu'ils ne détiennent qu'une partie de la réponse », analyse Joachim Lebrun de l'Apes, l'association Acteurs pour une économie solidaire du Nord-Pas-de-Calais. A tel point que la région a intégré l'économie sociale et solidaire dans son schéma de développement économique. Dans le sillage d'Initiatives et Cité, les exemples basés sur la collaboration fleurissent.

Work & Co, un espace de coworking installé dans le quartier du Jeu de Mail, à Dunkerque et inauguré l'année dernière illustre parfaitement cette tendance. À l'origine du projet, Pierre Bataille et son épouse, un couple travaillant dans l'humanitaire. « Nous ne trouvions pas de lieu pour nous réunir, et avons décidé de créer un espace partagé », explique le trentenaire qui a su séduire Epoch Business, un « capital patient » et profiter des produits BNP Paribas taillés pour ce genre de projets « avec des taux maîtrisés et des délais de remboursement plus longs ». Un an plus tard, Work & Co a fière allure. Dans une filature abandonnée depuis trente ans logent désormais une crèche, une cafétéria de produits bio et locaux équitables et trente-deux abonnés (psychologues, développeurs web, agences de communication, associations spécialisée dans la musique classique...). Ils se partagent l'espace de coworking, et une surface utilisée pour des cours de yoga ou des expositions d'Art contemporain. « Les gens se donnent le droit de rêver et de construire ensemble, se réjouit Pierre Bataille. En développant les idées à plusieurs, nous ouvrons le champ des possibles. » Dans les cartons, se dessinent une école alternative, une activité dédiée aux drones ou un collectif d'habitat participatif.

Le collaboratif n'est pas obligé d'agglomérer des métiers différents et peut se construire autour de professions spécifiques. Les exemples ne manquent pas

D.R.

dans la région, dans tous les secteurs : agricole avec Terre d'Opale, une plateforme de diffusion de produits locaux, bio et solidaires, produits exclusivement sur le littoral et dans des fermes familiales ; mécanique avec les garages solidaires Access Auto 62, à Beaurainville et à Hesdin, qui viennent en aide aux personnes à faible mobilité ; ou encore autour du bâtiment avec Toerana Habitat, une société coopérative d'intérêt collectif, basée à Fruges, centrée autour de l'écoconstruction et de l'écorénovation.

Dans la métropole lilloise, José Loison, à la tête du groupe La Maison de l'aide à domicile, peut se targuer d'avoir « décloisonné » avec succès l'offre de services à la personne. Sa structure, la première de la région à proposer un service polyvalent, a été reconnue par l'Agence régionale de santé. La Maison de l'aide à domicile propose en effet, une large palette de services, allant de l'aide domestique (entretien du logement, linge, repassage, courses) à l'aide directe à la personne (levers, couchers, toilette, repas) en passant par les soins infirmiers et le nursing, la livraison de courses, le petit bricolage, le jardinage, etc. « Nous répondons à un besoin d'intérêt général pour des personnes hospitalisées, âgées, isolées. » Ainsi, le service de garde itinérante pour des interventions de courtes durées représente une vraie innovation sociale. « Plutôt que de salarier une personne pour rester en continu au chevet d'un malade, nous proposons des passages réguliers pour faire baisser les coûts tout en augmentant la sécurité. » Grâce à ces nouveaux services, La Maison de l'aide à domicile emploie aujourd'hui… 800 salariés.

LE CHIFFRE

150 000

C'est le nombre de personnes travaillant dans le champ de l'ESS en Nord-Pas-de-Calais en 2014

D'autres entrepreneurs solidaires se lancent dans des projets de moindre envergure, dont l'objectif reste de recréer du lien social. Après un licenciement, Xavier Damie a ouvert une « laverie gourmande ». « J'ai toujours regretté le temps perdu dans ces lieux », explique le trentenaire. Il imagine donc Wash & Co, une laverie dernière génération qui invite à la rêverie. Avec ses 3,60 mètres de hauteur sous plafond, ses fauteuils cosy, ses cafés et sucreries, il propose des machines tout ce qu'il y a de plus écologique, mais aussi une connexion wi-fi, des magazines et une dose de bonne humeur. « Quant au coup de main pour plier les draps, il est gratuit comme à la maison », sourit Xavier Damie qui a investi 150 000 euros dans ce projet, profitant, en partie, de financement participatif.

Un modèle social à réinventer

En revenant au cœur de la cité de Croix, la brasserie Cambier souhaite également recréer du lien et miser sur le circuit court. « Je souhaitais réintroduire la bière en ville pour la rapprocher des consommateurs », décrypte Jean-Christophe Cambier, ancien responsable qualité d'une brasserie. Tout a été pensé pour partager sa passion : un espace de dégustation ouvert trois soirs par semaine, mais aussi de grandes baies vitrées donnant sur les cuves de brassage. « J'organise des visites d'une heure et demie et je dévoile tous mes secrets de fabrication. Je ne cache rien ! » Prochain défi : vendre des mousses pour rembourser l'investissement de 400 000 euros…

Car social et solidaire ou pas, l'argent reste le nerf de la guerre de l'entrepreneuriat. Et c'est parfois là où le bât blesse car, même si elles répondent à de vrais besoins et créent de l'emploi durable, ces activités n'ont, par définition, que très peu de rendement. Un investisseur pourra au mieux retrouver sa mise de départ, mais il n'a que peu de chances de faire fructifier son argent. Même si les aides se structurent peu à peu, tous les acteurs sont aujourd'hui conscients que le modèle social reste à réinventer. Ensemble. ● **G. D./N. M.**

3 questions à… **Pierre de Saintignon**

D.R.

«Un secteur porteur de sens»

Vice-président du développement économique au Conseil régional, Pierre de Saintignon est aussi un pionnier qui a créé, dès 1978, Vitamine T, une entreprise qui regroupe des structures d'insertion par l'activité économique, devenue leader sur son secteur.

Depuis quand parle t-on d'ESS ?

↦ Même s'il n'a été que très récemment (loi Hamon du 31 juillet 2014) reconnu officiellement et défini, le terme d'économie sociale date de la fin du XIX^{e} siècle. On la définissait alors par les statuts : associations, coopératives, mutuelles. L'économie solidaire est issue d'un mouvement plus récent qui a émergé dans les années 1970, et délimite le secteur par rapport à la finalité de l'organisation, parfois à ses activités et à sa gouvernance : commerce équitable, insertion par l'activité économique, agriculture biologique… Elle se veut une réponse aux enjeux émergents de l'époque autour du chômage de masse, du développement durable…

Aujourd'hui, votre groupe est numéro 1 en France des structures d'insertion par l'activité économique. Quel bilan en tirez-vous ?

↦ Très positif. En trente-cinq ans nous avons accueilli et accompagné 35 000 personnes, nous réalisons 60 millions d'euros de chiffre d'affaires et employons 2 500 salariés, dont deux tiers ont connu des parcours de vie éprouvants. Ce groupe s'est mué en une véritable entreprise, peu dépendante des financements publics, unique par sa taille et la qualité de ses filiales. À chaque fois que je préside un conseil d'administration, je suis ému comme au premier jour de constater que 7 personnes sur 10 ont retrouvé un emploi donc une dignité.

Pourquoi est-il important d'entreprendre autrement aujourd'hui ?

↦ Choisir l'ESS peut sembler d'emblée compliqué car il s'agit de réussir à allier l'efficacité économique à un haut degré de performance sociale. Mais c'est aussi opter pour une économie au service des hommes et un secteur porteur de sens. C'est important dans un monde qui a perdu ses repères. L'ESS contribue à densifier l'implication citoyenne, mettant en valeur une gestion démocratique, à la lucrativité encadrée et soucieuse des impacts sociaux et environnementaux. Les entreprises de l'ESS résistent d'ailleurs globalement mieux à la crise notamment grâce aux différents systèmes de création de réserves assurant une meilleure résistance aux aléas économiques.

Pistes à suivre

Mal orientés, découragés, pas financés. Selon l'association Acteurs pour une économie solidaire du Nord-Pas-de-Calais, un projet d'économie sociale et solidaire sur cinq n'aboutit pas. En cause, la méconnaissance des dispositifs d'accompagnement spécifiques. Zoom sur les outils régionaux destinés aux porteurs de projets désireux de donner du sens à leurs actions.

Par **Gaëtane Deljurie** et **Nicolas Montard**

1 Financer son projet

MAXIME DUFOUR

Si des structures de financement de projets de l'économie sociale et solidaire fleurissent ces dernières années, d'autres ont démontré leur efficacité depuis longtemps. C'est le cas du club d'investisseurs Les Cigales du Nord-Pas-de-Calais, l'établissement financier coopératif Caisse solidaire ou le capital risqueur Autonomie et Solidarité, la NEF (Nouvelle économie fraternelle), regroupés au sein du Pôle de la finance solidaire. Sans oublier Terre de liens pour l'accès au foncier agricole ainsi que Nord Actif et Pas-de-Calais Actif (ex-Inseraction 62) dont la maison mère a créé le Fonds d'investissement pour le développement de l'entreprenariat social et solidaire (Fidess).

Parmi les outils plus récents, on trouve la plate-forme régionale de financement participative CowFunding ou encore, initiés par le gouvernement en 2013, le Fonds d'investissement dans l'innovation sociale (Fiso). La Banque publique d'investissement peut également octroyer un Prêt en économie sociale et solidaire (PES).

Cette forme d'économie est également soutenue par les institutions, notamment le conseil général du Pas-de-Calais à travers son conseil départemental de l'économie sociale et solidaire ainsi que le conseil régional du Nord-Pas-de-Calais grâce à son Contrat de création ou au Dispositif d'appui aux porteurs de projets participatifs. Lille Métropole et la Communauté de communes de Boulogne-sur-Mer lancent régulièrement des appels à projets.

MAXIME DUFOUR

2 Se faire accompagner

Pour vous aider à poser votre projet, l'Apes a mis en place une Démarche progrès. La Chambre régionale de l'économie sociale et solidaire Nord-Pas-de-Calais peut également vous orienter en matière de création, de formation ou de mise en réseau. Car il existe une multitude de structures susceptibles d'accompagner votre démarche en fonction des territoires : AFIP-A petits pas (Pays des 7 vallées), La Chambre d'eau (Sambre-Avesnois), Codes (Cambrésis), Maillage et Rhizomes (métropole lilloise), Entreprendre ensemble (Dunkerquois), Galilée (Audomarois et Calaisis), Emergences 62 (ex-bassin minier). L'association Colline-Accep accompagne les projets ESS petite enfance tandis que Lien Plus soutiendra les thématiques de mobilité. La Boutique de gestion espace de Boulogne-sur-Mer peut proposer un accompagnement spécialisé tandis que SMartfr est davantage tournée vers le portage de projets culturels. Les collectivités Artois Comm., à Béthune, et Cœur d'Ostrevent, à Lewarde, mènent également des politiques spécifiques.

3 Pour aller plus loin

L'Union régionale de l'insertion par l'activité économique (Uriae) peut accompagner les futurs créateurs d'entreprises d'insertion tandis que l'Union régionale des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Urscop) est un soutien pour la création et le développement de Scop. Enfin, La Suite dans les idées regroupe toutes les initiatives jeunesse. ●

COMMUNIQUÉ

Une solution R.H idéale pour se développer à l'export : le V.I.E

Pinterazzi

SOUTENU PAR LE CONSEIL RÉGIONAL NORD-PAS DE CALAIS ET GÉRÉ PAR BUSINESS FRANCE*, LE VOLONTARIAT INTERNATIONAL EN ENTREPRISE EST UN MOYEN SÛR ET EFFICACE DE DÉVELOPPER SA SOCIÉTÉ À L'INTERNATIONAL. MODE D'EMPLOI ET TÉMOIGNAGES.

Pour les PME, le développement à l'international est souvent un problème compliqué à résoudre. Lorenzo Cornuault, Directeur exécutif Réseau France de Business France, a la solution – idéale à ses yeux – pour les PME souvent peu au courant d'un dispositif très efficace que les grandes connaissent bien et utilisent beaucoup : le Volontariat International en Entreprise. « *Pour les PME, la perception des risques d'un développement à l'international est souvent plus importante que celle des bénéfices. Ne disposant pas du temps ni du budget dédiés, c'est souvent le dirigeant qui se déplace lui-même dans le pays et se charge des démarches à la fois commerciales et administratives ; ou bien il se convainc qu'une bonne étude et qu'un déplacement tous les 6 mois* ...

* UBIFRANCE et l'AFII ont fusionné le 1er janvier 2015 pour créer Business France.

Un bon plan bien connu des grandes entreprises... et pas encore assez des PME !

›››

›››

… peuvent suffire ; ou encore qu'un agent ou un distributeur sur place – souvent multicarte et parfois même pour des concurrents – peut faire le travail. Ce n'est malheureusement pas suffisant. D'où l'intérêt à ***placer une ressource humaine de l'entreprise*** *– autre que le dirigeant et dédiée – sur le terrain. C'est le premier avantage du V.I.E.*

L'autre intérêt a trait au financement et au statut de ce représentant de l'entreprise sur place. Un spécialiste de l'export coûte cher.

Comment le financer ? Doit-il être en CDD ? En CDI ? ***Toutes ces questions financières et administratives sont réglées d'avance*** *pour le V.I.E. Elles permettent à l'entreprise qui l'utilise de* ***se focaliser uniquement sur la stratégie*** *à mettre en œuvre dans le pays choisi.*

Sans être une formule magique, le V.I.E est une solution qui diminue à la fois les risques et le budget d'un développement à l'export et entraine souvent un retour sur investissement démultiplié ».

Lorenzo Cornuault, Directeur exécutif Réseau France de Business France.

C. Verrier / BSM International Communication

BUSINESS FRANCE : L'OPÉRATEUR HISTORIQUE DU DISPOSITIF V.I.E

Depuis sa création en 2000, le V.I.E (ex V.S.N.E.) est géré par Business France (ex UBIFRANCE). Grâce à son réseau d'influence et ses partenaires, l'opérateur continue à peaufiner et à améliorer la formule V.I.E pour le simplifier et le rendre facile à mettre en œuvre, tant pour les entreprises que pour les jeunes.

- **8 680 jeunes en V.I.E** pour le compte de 1870 entreprises dans **128 pays**, en juin 2015.
- Objectif fin 2015 : **9 000.**

LE V.I.E : UN VIVIER POUR LE RECRUTEMENT D'EXCELLENCE

Pas facile de recruter des profils à haut potentiel pour les PME ! Avec le V.I.E c'est possible. « *Le V.I.E dans une PME donne aux jeunes de cette génération mondialisée des possibilités d'avoir des responsabilités d'emblée importantes, avec une embauche quasi assurée derrière qui se prépare en amont. Un partenariat gagnant/gagnant* », estime Lorenzo Cornuault.

- **75 000 candidats** dans la CVthèque (www.civiweb.com)
- **92 %** ont bac +5 et plus

Le V.I.E (Volontariat International en Entreprise) permet aux entreprises de droit français de confier à un jeune, homme ou femme, âgé de 18 à 28 ans, une mission professionnelle à l'étranger allant de 6 à 24 mois.

BUSINESSFRANCE

RÉGION Nord-Pas de Calais

Contact : **0810 659 659**
(Prix d'un appel local)
infovie@businessfrance.fr

Les « Plus » du Nord-Pas de Calais

SergyN / Getty Images

La Région soutient le développement des entreprises à l'international par le financement du V.I.E.

« *La Région Nord-Pas de Calais coordonne et finance l'ensemble du dispositif de développement économique international dont le V.I.E. Ce soutien et cette intelligence de travail en commun sont uniques au niveau national, ainsi les PME représentent 75 % des entreprises utilisant le V.I.E, contre 66 % au niveau national. Les avantages du V.I.E sont doubles : il favorise à la fois la structuration et le développement des entreprises, il est un véritable tremplin à l'emploi des jeunes* via *un lien que nous créons avec les écoles et les universités régionales* », explique Saïd Benbouziane, Responsable projet au sein du Conseil régional du Nord-Pas de Calais.

UN FINANCEMENT GLOBAL EXCEPTIONNEL POUR LE V.I.E

La Région finance les entreprises qui utilisent le V.I.E à hauteur de **1 million d'euros par an**. Un chiffre exceptionnel en France. Les subventions accordées aux entreprises (pour des missions de 12 mois minimum) sont donc parmi les plus élevées de France : 10 000 euros pour une mission en Union Européenne, 15 000 euros pour les autres pays et pour les entreprises de tourisme (sur l'indemnité et les frais de gestion et de protection sociale, à destination des PME sous réserve d'éligibilité).

UN ÉVÉNEMENT RÉGIONAL POUR VOUS RENSEIGNER, CHERCHER DES CANDIDATS ET VOUS FAIRE CONNAÎTRE

Un forum de l'emploi, le 24 novembre, pour recruter en direct les futurs candidats au V.I.E des entreprises du Nord-Pas de Calais.

CCI International Nord de France participe largement à la promotion du V.I.E : « *Nous croyons beaucoup à ce dispositif unique très intéressant pour les primo-exportateurs* », insiste Nathalie Baude, responsable Groupements Export.

DES GROUPEMENTS D'ENTREPRISES DU NORD-PAS DE CALAIS POUR MUTUALISER LE COÛT D'UN V.I.E

1 seul V.I.E pour 4 à 5 entreprises du même secteur : c'est tout à fait possible grâce aux groupements d'entreprises GEFI (Groupes d'Excellence de Fournisseurs à l'Industrie), créés par CCI International Nord de France. Encore un avantage régional pour diminuer le coût de votre V.I.E.

UN GRAND PRIX POUR VOS V.I.E

Organisé par la Région et Business France pour la 8e année consécutive, le **Grand Prix V.I.E Nord-Pas de Calais - Picardie** récompense les 3 meilleures missions en V.I.E pour le compte d'entreprises régionales ainsi que les écoles qui ont le plus contribué au dispositif V.I.E.

Rendez-vous au salon Créer, lundi 14 septembre 2015 à 16 h 15, Lille Grand Palais Place des Entrepreneurs.

RÉGION NORD-PAS DE CALAIS

LE NORD-PAS DE CALAIS

- **231 V.I.E** en poste pour le compte de 99 entreprises en juin 2015.
- Dans le Nord-Pas de Calais, **70 % des V.I.E** travaillent pour le compte de PME alors qu'au niveau national cette proportion ne s'élève qu'à 31 %.
- Le Nord-Pas de Calais est la **3e région française** en termes de nombre d'entreprises utilisatrices du dispositif V.I.E.

›››

›››

Elles l'ont fait !

DE LA PME À LA GRANDE ENTREPRISE, QUEL QUE SOIT LEUR SECTEUR ÉCONOMIQUE, ELLES ONT EU RECOURS AU V.I.E. POURQUOI, POUR QUI, COMMENT ? VOILÀ TOUTES LEURS EXPLICATIONS, PRATIQUES, CONCRÈTES, AVEC LEUR CONSEIL EN SUPPLÉMENT.

DR

DISTIMEX

12 collaborateurs.
Secteur d'activité : création et production de parfum et cosmétiques à marque distributeur.
V.I.E : 1, bientôt 2.

PATRICK LEROY, DIRIGEANT

« Nous avons utilisé le V.I.E en 2013 pour la première fois. Nous avons choisi une jeune femme de 28 ans qui avait fait des études de commerce et de gestion et qui souhaitait partir à l'étranger après une expérience en France. Nous l'avons envoyée au Maroc où elle a contribué à monter une filiale à Agadir. Un autre V.I.E est en cours de recrutement pour la même mission au Vietnam fin 2015. »

POURQUOI A-T-IL CHOISI LE V.I.E ?

« J'avais été en contact avec Business France lors de mes recherches d'aides financières à l'export en région. J'ai été séduit par l'investissement modeste qui limite les risques financiers, par la simplicité du suivi et de la gestion administrative du dispositif. »

SON CONSEIL

« Il faut trouver la bonne personne et avoir un suivi régulier de son activité. »

DES MISSIONS DANS TOUS LES SECTEURS D'ACTIVITÉS

Top Ten des secteurs utilisateurs :
Banques, TIC, Transport, Automobile, Services, Énergies, Agroalimentaire, Santé, Travaux publics, Équipements

Charles Lucien-Brun

STATION ENERGY

11 collaborateurs.
Secteur d'activité : conception et développement de systèmes et infrastructures innovantes pour l'accès à l'énergie et aux services de base en Afrique.
V.I.E : 4, bientôt 5.

ALEXANDRE CASTEL, DIRIGEANT

« Pour développer notre start-up en Afrique, nous avons utilisé des V.I.E avec des profils mixte d'ingénieurs et d'écoles de commerce. En Côte d'Ivoire, en ce moment, où je suis basé, il y a une centaine d'autres V.I.E en poste. »

POURQUOI A-T-IL CHOISI LE V.I.E ?

« Le rapport économique est hyper intéressant pour les deux parties : l'entreprise ne paie pas de charges salariales puisque le V.I.E ne fait pas partie des effectifs. Mais il bénéficie quand même d'un salaire fixe et d'une couverture sociale. »

SON CONSEIL : « C'est un outil d'aide à l'export très important. »

DR

STOLZ SEQUITAG

220 collaborateurs.
Secteur d'activité : équipementier pour les industries de l'alimentation du bétail, de la fabrication d'aliments composés, et des silos de stockage
V.I.E : 2.

ÉRIC THEZE, DIRECTEUR D'AGENCE

« Notre société a utilisé deux fois le système du V.I.E dans les dix dernières années : en Asie (où le V.I.E de l'époque a été embauché et supervise maintenant ce secteur commercial) et cette année au Mexique. Les candidats sont des personnes diplômées dans notre domaine technique « industries des céréales » ou d'écoles de commerce internationales, avec bien sûr la capacité de parler une ou deux langues supplémentaires en plus du Français. »

POURQUOI A-T-IL CHOISI LE V.I.E ?

« Le V.I.E est une formule d'embauche qui permet aux entreprises d'avoir des personnels jeunes et qualifiés à des coûts compétitifs. C'est un moyen de tester les personnes en situation réelle avant une embauche définitive et de tester également un marché export. »

SON CONSEIL

« La démarche pour constituer le dossier est un peu longue mais pas difficile. »

LES PME, « EMPLOYEURS » MAJORITAIRES DE V.I.E

Dans le Nord Pas de Calais, 70 % des V.I.E travaillent pour le compte de PME alors qu'au niveau national cette proportion ne s'élève qu'à 31 %. Un record obtenu par les aides exceptionnelles que propose la Région aux entreprises de son territoire.

Jacky Lannoy

EUROTUNNEL

3 949 collaborateurs.
Secteur d'activité : liaisons trans-Manche.
V.I.E : 3 à 4 tous les ans depuis plusieurs années.

BENOÎT CARIS, DIRECTEUR DES RESSOURCES HUMAINES EUROTUNNEL SGIE

« L'activité et notre système de transport favorisent grandement les échanges et la concrétisation de nombreux projets communs entre les deux entités de l'entreprise. C'est dans ce contexte qu'Eurotunnel accueille chaque année 3 à 4 V.I.E, notamment au sein de l'activité Customer Experience. »

POURQUOI A-T-IL CHOISI LE V.I.E ?

« Les avantages pour l'entreprise sont nombreux. Au-delà du coût et des exonérations de charges sociales liées à leur statut, ce système permet d'accueillir de jeunes collaborateurs flexibles et autonomes, capables de piloter des projets sur une durée de 12 à 18 mois qui participent au rayonnement de nos activités. Le V.I.E est une méthode plus souple et plus flexible qu'un contrat de professionnalisation. Cette démarche volontaire incite les jeunes à s'investir sérieusement dans les projets qui leur sont confiés. De plus, nous retrouvons chez eux un esprit d'équipe et une fierté d'appartenance à l'entreprise non négligeables. »

SON CONSEIL

« Pour une entreprise comme la nôtre, le V.I.E est également une chance de drainer de jeunes talents issus de filières d'élites et sélectives. »

›››

›››

DR

PAY BACK GROUP

150 collaborateurs.
Secteur d'activité : cabinet d'audit spécialisé dans l'analyse et la mise en qualité des transactions
V.I.E : 10 depuis 10 ans.

▸ MATHIAS DIEVART, DIRECTEUR EXÉCUTIF

« Pay-Back Group travaille main dans la main avec Business France depuis maintenant une dizaine d'années. Le V.I.E est une seconde nature au sein de notre entreprise. Ce protocole donne la possibilité de tester en grandeur réelle un futur collaborateur. Nous recrutons des profils appropriés à nos besoins, pour renforcer nos équipes dans les différents pays où nous sommes présents. Nous contractualisons avec un V.I.E, une fois par an en moyenne, et une fois sur deux, ce dernier poursuit sa carrière au sein de notre groupe, tant sur des postes business que d'audit. »

▸ POURQUOI A-T-IL CHOISI LE V.I.E ?

« La souplesse du contrat V.I.E correspond à notre stratégie, basée sur un recentrage sur nos pays forts (France et Italie) et sur un développement à l'international. En sus du crédit d'impôt non négligeable, l'aspect humain est primordial. Ces collaborateurs sont motivés, impliqués dès le départ et ont une énorme soif de réussir et de travailler dans un environnement international, cela les pousse à se dépasser. Ils se retrouvent d'ailleurs très vite dans le peloton de tête de nos collaborateurs les plus performants. Preuve en est : Carole Iacono, ex-V.I.E, qui a reçu le prix Europe en 2013, a été embauchée comme business developper, en Italie et est devenue depuis un leader sur le développement de l'entreprise dans le pays. »

▸ SON CONSEIL

« J'encourage les PME à user et abuser de ce protocole. Faciles, utiles et motivants pourraient résumer l'essence même de ces collaborateurs sous contrat V.I.E ! »

DES DESTINATIONS VARIÉES : **128 PAYS** À TRAVERS LE MONDE

Répartition par zone géographique

Europe
48 %

Asie et Océanie
19 %

Amérique du Nord
15 %

Afrique
7 %

Maghreb, Proche et Moyen-Orient
6 %

Amérique du Sud
5 %

Delta Neu a fait appel à un V.I.E pour sa nouvelle filiale basée à Shanghai.
DR

DELTA NEU

200 collaborateurs.
Secteur d'activité : aéraulique, amélioration de la qualité de l'air en milieu industriel.
V.I.E : 1, bientôt 2.

▸ JACQUES GRAPPIN, DIRECTEUR DES RESSOURCES HUMAINES

« Nous avons fait appel une première fois à Business France début 2014 pour trouver un V.I.E pour un poste de contrôleur de gestion pour notre nouvelle filiale à Shanghai. Nous l'avons embauché pour un CDD de 6 semaines au siège de la société en France pour le former, avant le départ pour Shanghai en V.I.E d'une durée de 18 mois. J'ai apprécié la présélection des candidats et le suivi du dossier par Business France, ainsi que le coût limité (2 400 €/mois environ pour un V.I.E en Chine) et la participation financière de la Région Nord-Pas de Calais. »

▸ POURQUOI A-T-IL CHOISI LE V.I.E ?

« La formule est intéressante pour nous car elle permet de disposer de compétences élevées pour un délai déterminé et pour un coût raisonnable, nous permettant d'apprécier la valeur du candidat pour éventuellement l'embaucher à l'issue du contrat V.I.E si le développement prévu de notre filiale est réalisé. »

▸ SON CONSEIL

« Je recommande cette formule pour les entreprises qui cherchent à se développer à l'export. »

DR

LESAFFRE

8 000 collaborateurs.
Secteur d'activité : fabricant de levure et produits de panification
V.I.E : 15 en même temps dans 10 pays, toujours renouvelés.

▸ AGNÈS VANHOUTTE, CHARGÉE DE MOBILITÉ INTERNATIONALE ET DU RECRUTEMENT V.I.E AU SEIN DE L'ÉQUIPE DRH GROUPE DE LESAFFRE

« Nous avons en permanence une quinzaine de V.I.E en poste dans une dizaine de pays différents. Nous recrutons des ingénieurs pour des postes en usine ou des missions de technico-commerciaux, ou encore des postes en finance et en supply chain. La mission de V.I.E leur permet d'accéder dès le début de leur carrière à un poste à l'international incluant de réelles responsabilités. Cela leur permet de grandir en compétences pour révéler leur potentiel. À l'issue du V.I.E, 3 jeunes sur 4 poursuivent leur collaboration avec le Groupe pour une carrière à l'international. C'est pour eux un réel tremplin et pour le Groupe une belle opportunité d'intégrer de nouveaux talents. »

▸ POURQUOI LESAFFRE A CHOISI LE V.I.E ?

« Business France, au travers des V.I.E, est très efficace pour nous mettre en relation avec de jeunes diplômés ayant la vocation d'un parcours à l'international. Notre présence dans de nombreux pays et le réseau de cadres dans les filiales du Groupe nous permet de les accueillir et de les former. Ils apportent quant à eux l'énergie et la curiosité pour prendre une réelle place dans l'équipe et apporter leur contribution aux projets. »

▸ SON CONSEIL

« Business France est un réel partenaire qui facilite la gestion administrative à un coût attractif pour l'entreprise. »

Samuel Dhote / Decathlon

DECATHLON

63 000 collaborateurs.
Secteur d'activité : conception et distribution d'articles de sports.
V.I.E : 28.

▸ ANA BIRTA, CHARGÉE DE RECRUTEMENT POUR LA PRODUCTION ET SOPHIE DESTAILLEUR, RESPONSABLE MOBILITÉ INTERNATIONALE

« Decathlon a mis en place le dispositif V.I.E depuis 2002 pour la filière production. Depuis 2002, nous avons eu la chance d'avoir 174 V.I.E dans 13 pays en Europe, Asie et Afrique Sub-saharienne et Océan Indien. En juin 2015, nous avons 28 V.I.E en poste dans 11 pays. La fréquence d'utilisation de ce dispositif varie en fonction de l'activité dans nos pays de production. Les étudiants sont en grande majorité issus d'écoles d'ingénieur ou commerce. Plus de 80 % des V.I.E ont été embauchés chez Decathlon à l'issue de leur mission. »

▸ POURQUOI ONT-ELLES CHOISI LE V.I.E ?

« Les avantages humains sont importants : des jeunes étudiants peuvent beaucoup apporter en terme d'approche, d'innovation, d'ouverture d'esprit. Avec une expérience à l'étranger, ils peuvent ensuite partager et transmettre leur savoir-faire. Les V.I.E font grandir l'entreprise et vice versa, tant sur le plan technique que sur le plan humain. C'est une relation win-win. »

▸ LEUR CONSEIL

« Sur certains process, le parcours du poste après le V.I.E est identifié dès le recrutement. »

›››

›››

Le V.I.E : 4 bonnes raisons pour y avoir recours

UN DISPOSITIF FACILE À METTRE EN PLACE

Non, ce n'est pas trop cher, ni trop compliqué, ni trop lourd pour les jeunes comme pour les entreprises, surtout pour les PME qui n'ont pas forcément les services dédiés ! Chaque mission est conçue sur-mesure, avec l'aide de Business France.

1. CONTRAINTES ADMINISTRATIVES ET GESTION : BUSINESS FRANCE S'OCCUPE DE TOUT !

Agrément de votre entreprise, dépôt de vos dossiers d'affectation, formalités de départ du jeune : Business France s'en charge. Vous n'avez à vous soucier que du suivi opérationnel de la mission.

▶ **Et les délais ?** Ils sont ceux d'un recrutement normal. Et à partir du moment où vous avez trouvé le bon candidat, le délai moyen avant le début de la mission est de 2 mois sur la plupart des pays.

2. MOBILITÉ INTERNATIONALE : FACILITÉE

Business France propose un service d'aide pour réaliser les démarches visas.

De plus si l'entreprise n'a pas de bureau local, Business France vous aidera à trouver une solution avec l'aide de l'ensemble de ses partenaires.

3. COÛTS : COMPÉTITIFS

Vous n'avez que les indemnités du jeune à verser (1400 à 4000 € / mois, selon les pays d'expatriation), les frais mensuels de gestion et protection sociale (220 à 430 €/mois), le voyage et le transport des bagages, et les dépenses opérationnelles liées à la mission. Le statut public du volontaire vous exonère de tout lien contractuel (le contrat est passé entre Business France et le candidat) ainsi que de toute charge sociale en France. D'autre part, un crédit d'impôts export (le CIE, jusqu'à 40 000 €), des subventions régionales, une assurance prospection (à la Coface) et le Prêt de Développement Export de Bpifrance vous permettent de réduire encore les coûts.

▶ **Indemnités mensuelles des V.I.E : une chance pour les PME !** Avec un niveau d'indemnités préétabli en fonction des pays, les PME peuvent rivaliser avec les grands groupes pour attirer les meilleurs talents ! D'autant plus si elles leur proposent de vrais challenges, avec un bon dosage de responsabilité et d'encadrement, et des projets sur le long terme.

4. CHOIX DES JEUNES ET MISSIONS : SUR-MESURE

Une équipe de chargés de recrutement V.I.E chez Business France vous aide à définir le profil nécessaire à la mission envisagée, à évaluer les candidats et vous présente une short-list qualifiée. Les missions confiées aux volontaires s'adaptent à vos besoins : prospection commerciale, animation de réseaux, renforcement ou formation d'équipes locales, accompagnement d'un contrat ou d'un chantier, contrôle qualité, etc.

▶ **Quels sont les candidats potentiels ?** Le V.I.E est ouvert aux jeunes Français de 18 à 28 ans, de tous niveaux de formation, ainsi qu'aux jeunes ressortissants de l'Espace économique européen, déjà diplômés et/ou possédant une première expérience professionnelle. Les profils sont très variés : ingénieurs, commerciaux, techniciens, informaticiens, gestionnaires…

▶ **Quelle durée de mission ?** De 6 à 24 mois. Renouvelable une fois pendant la période. La durée moyenne est de 18 mois.

▶ **Les «plus» :** Vous avez également la possibilité de faire passer une ou plusieurs périodes par an en France à votre V.I.E pour le former en début de mission, pour effectuer du reporting… (jusqu'à 165 jours en France par année de mission). De plus, vous avez l'opportunité de couvrir jusqu'à 8 pays avec un même volontaire grâce au «V.I.E régional».

LA SUBVENTION NORD-PAS DE CALAIS

FORFAIT V.I.E UNION EUROPEENNE

Quelles que soient la mission et la destination choisie en Europe par l'entreprise, la Région Nord-Pas de Calais soutient forfaitairement les projets de développement international des PME régionales à hauteur de 10 000 € (par projet de V.I.E).

FORFAIT V.I.E AUTRES PAYS

Aborder des marchés hors Union européenne coûte structurellement plus cher de par les distances et le temps consacré à ces destinations. Ce sont pourtant des zones à forte croissance avec de réelles opportunités d'affaires. La Région Nord – Pas de Calais a donc décidé de soutenir de façon plus importante ces projets avec une subvention forfaitaire portée à 15 000 € (par projet de V.I.E).

FORFAIT V.I.E POUR LES OPERATEURS DU TOURISME

Quelle que soit la destination choisie, la Région Nord-Pas de Calais soutient forfaitairement les projets des opérateurs du tourisme contribuant au rayonnement de la région à l'international. Ce forfait s'élève à 15 000 € (par projet de V.I.E).

Portrait

SOLIDAIRE. Entre écologie et compétitivité, Emmanuel Druon, président de Pocheco, a fait le choix de l'« écolonomie ».

D.R.

FICHE D'IDENTITÉ
Localisation : Forest-sur-Marque (Nord)
Date de création : 1928
CA 2014 : 22 millions d'euros dont 13 millions en fonds propres
Croissance 2013/2014 : 6,5 %
Effectif : 122 personnes

POCHECO

L'anti-manager

Respecter son environnement, c'est exigeant. Ménager ses équipes au travail, aussi. Chez Pocheco, entreprise « libérée », on est convaincu qu'il s'agit du même sujet.

Par **Marc Prevost**

Pocheco, fabricant d'enveloppes, ne laisse rien au hasard. Et croit dur comme fer que tout se transforme. La vieille théorie de la destruction créatrice, celle du capitalisme industriel du siècle dernier est remisée au rang des accessoires. Au fil de la conversation, Emmanuel Druon, président de Pocheco, fait le grand écart entre les principes d'une philosophie qu'il a baptisée « écolonomie » – néologisme forgé à partir d'économie et écologie – et les solutions pratiques déployées par son entreprise. Il a trouvé des sources d'inspiration un peu partout dans la nature. De la peau de requin presque indestructible à l'arbre, véritable centrale de production d'énergie, il s'attache à faire fonctionner un modèle d'entreprise naturelle qui respecte son écosystème. Un « biomimétisme » gagnant puisque la société de Forest-sur-Marque (Nord) qui produit plus de deux milliards d'enveloppes par an, occupe les trois-quarts du marché français de l'enveloppe de gestion. « Le mot d'ordre, c'est micro agissons », sourit ce licencié en lettres de la Sorbonne. Il a d'ailleurs reçu récemment l'astrophysicien Hubert Reeves, l'un des penseurs de la défense de l'environnement. Emmanuel Druon milite également auprès de Pierre Rabhi, l'inventeur du concept d'économie sobre. « Nous sommes là depuis peu et nous risquons de l'être pour encore moins de temps », précise ce patron atypique et résolu. Ainsi, Pocheco achète son papier chez des fournisseurs finlandais partageant le même souci de protection de la forêt, forts de pratiques d'exploitation rigoureuses. Au final, les enveloppes Pocheco sont « propres », dotées d'un bilan carbone excellent. Quant aux performances, elles parlent d'elles-mêmes.

Les salariés partie prenante

Evidemment, un tel projet fédère les énergies individuelles. Pour travailler chez Pocheco, pas de recrutement style chasseur de têtes et priorité au CDI. « Nous voulons rencontrer des personnes qui nous inspirent, avec des parcours variés. On valide les acquis techniques puis on recherche les qualités d'énergie, d'empathie et on laisse les tandems et les équipes se former. » Très empirique, mais ça marche ! Et le turnover est réduit comme peau de chagrin. En moyenne, les salariés restent une douzaine d'années dans la société. Les salaires s'étagent entre 1 et 4, avec une stricte parité salariale entre hommes et femmes. Il n'y a pas de dividendes dévoreurs de ressources. Tandis que la hiérarchie se base sur la confiance plutôt que sur la défiance. Les salariés trouvent les solutions écologiques : de la toiture végétalisée à la gestion optimale de l'eau de pluie et de la température ambiante en passant par des encres sans solvants. Cela étant, Emmanuel Druon n'est pas dupe. Il sait qu'il remet au goût du jour des recettes déjà éprouvées comme la PME patrimoniale, la coopérative ouvrière, les cercles de qualité des années 1980, voire le phalanstère du XIXe siècle. Rien ne s'oublie, tout se transforme. ●

VITAME

Humain avant tout

Ancien banquier d'affaires parisien, Guillaume Brabant a quitté le monde de la finance pour créer Vitame, une entreprise de services à la personne basée à Lille. Un cas d'école...

Par **Sophie Helouard**

HUMANISTE. Guillaume Brabant, co-gérant, a transformé sa SARL de services aux personnes dépendantes en Scop.

D.R.

FICHE D'IDENTITÉ
Localisation : Lille (Nord)
Date de création : 2006
CA 2014 : 700 000 euros
Croissance 2013/2014 : 2 %
Effectif : 32 salariés

Il cite Jaurès, parle de partage de résultats, de collectif et d'écoute… Guillaume Brabant est un patron pas tout à fait comme les autres. C'est en entendant une grand-tante vitupérer, lors d'un repas familial, contre la menace de finir ses jours en maison de retraite que l'ex-banquier d'affaires a l'idée de fonder sa propre entreprise de services à la personne. Un virage à 180°. « Une vraie crise de la trentaine ! », plaisante ce dernier. « Après plusieurs années dans le monde de la finance, un secteur passionnant, mais pas forcément en phase avec mes valeurs, j'ai développé un zona. Mon médecin m'a alors conseillé de changer d'orientation professionnelle. » Dont acte. À 30 ans, en 2006, il créé la société Vitame avec Tanguy Desauw, un ami d'enfance. Mission : maintenir à domicile les personnes dépendantes et permettre aux demandeurs d'emploi de retrouver une activité. L'entreprise qui compte aujourd'hui 32 salariés pour 700 000 euros de chiffre d'affaires est spécialisée dans le portage des repas et l'aide à domicile : tâches ménagères, toilette et habillage, accompagnement pour faire les courses... Une besogne parfois difficile, souvent peu valorisée. Conscient que le métier repose essentiellement sur l'humain et qu'un employé qui rencontre des difficultés dans sa vie privée ne donne pas le meilleur de lui-même, en 2010, Guillaume Brabant mène une réflexion sur l'amélioration des conditions de travail. « En mettant en place une sectorisation pour faire en sorte que nos collaborateurs œuvrent le plus près possible de chez eux, on a divisé l'absentéisme par deux. Les jours de maladie ont chuté de 216 à 108 ». Second effet des pratiques vertueuses mises en place au sein de l'entreprise, le dirigeant découvre malgré lui le « turnover » par le haut. « Plusieurs de nos collaborateurs ont suivi des formations en parallèle pour devenir aide-soignant, brancardier, etc. ». En 2014, pour aller plus loin et être en accord avec leur projet social, les deux associés transforment la SARL Vitame en société coopérative et participative. « Bien avant le passage en Scop, on versait déjà un tiers de nos bénéfices à nos salariés, un autre tiers allant à l'investissement et un tiers au capital. Il suffisait juste que le flacon corresponde au parfum ! » Guillaume Brabant profite de l'occasion pour faire entrer deux clubs Cigales au capital. « J'avais besoin de feedback », avoue celui-ci. Fort de sa pratique de l'aïkido, le jeune chef d'entreprise, se taxant lui-même volontiers comme un peu « allumé », milite désormais pour une économie non-violente et respectueuse des hommes. « En quittant le monde de la finance, j'ai perdu en pouvoir d'achat, mais j'ai gagné en qualité de vie », conclut celui-ci. L'équilibre enfin trouvé… ●

COLLABORATIF. En quelques mois, Get Lost est devenu le repaire des mordus de vélo.

D.R.

GET LOST

En peloton serré

Quatre amateurs de la petite reine, Léa, Julien, Matthias et Rémi ne trouvaient pas d'endroit pour assouvir leur passion. Alors, ils l'ont créé...

Par **Sophie Helouard**

FICHE D'IDENTITÉ
Localisation : Lille (Nord)
Date de création : 2014
CA 2014 : n. c.
Effectif : 4 associés-salariés

Murs de briques, parquet miel au sol, espace café où les clients boivent un verre en attendant leur réparation : Get Lost est une boutique-atelier hybride. Un lieu un peu à part imaginé par quatre copains passionnés de vélo. Le projet prend vie durant l'été 2013. « J'étais styliste depuis plusieurs années, Julien (Hannappe) avait une licence d'Arts plastiques et se destinait au professorat, Matthias (Vielfaure) travaillait dans le design de produits et Rémi (Jacob) dans la restauration », se souvient Léa Chaffiol, une des quatre associés-salariés. « On discutait souvent de la difficulté de faire réparer sa bicyclette à Lille. Get Lost est né de la volonté de créer un lieu de vie et d'échanges autour du vélo. » Pari réussi. Ouvert en avril 2014 dans le quartier de Moulins, à deux pas du parc Jean-Baptiste-Lebas, la boutique aux faux airs de Brooklyn draine les amoureux de la petite reine. « Nous avons même des voyageurs au long cours qui ont entendu parler de nous et viennent nous rendre une petite visite. C'est très chouette ! »

Car, Get Lost, plus qu'un simple magasin, c'est un état d'esprit. Une façon d'entreprendre à rebours des modèles classiques. « Nous avons d'emblée opté pour une Scop », confie Léa. « Nous n'avions pas envie d'une hiérarchie très marquée comme dans nos expériences professionnelles précédentes. La société coopérative c'est une gouvernance démocratique. Chaque associé dispose d'une voix et se sent, de fait, plus impliqué dans l'aventure entrepreneuriale ». Toujours dans cette philosophie du « faire ensemble » et du « collaboratif », les quatre copains ont fait appel au financement participatif et récolté 7 000 euros sur le site My Major Company. Ils ont également ouvert leur capital à deux clubs Cigales – Europe et celui de Roubaix Centre – à hauteur de 8 000 euros. « Cela nous permet d'avoir un regard extérieur en cas de décision importante. Et surtout de nous aider à sortir un peu la tête du guidon ! » Ouvert depuis un peu plus d'un an, Get Lost, aujourd'hui partie intégrante du quartier, souhaite désormais pérenniser ses quatre emplois et développer sa propre gamme d'accessoires et de textile. Afin de passer tranquillement à la vitesse supérieure sans prendre le risque de dérailler. ●

ROLL-GOM

DIDACTIQUE. En 2013, Richard Lett, patron de Roll-Gom (au centre), expliquait à Cécile Duflot, alors ministre du Logement et de l'Egalité des territoires et à Jean-Marc Ayrault, Premier ministre, les principes de l'économie circulaire appliquée aux pneus.

ROLL-GOM

Quand l'économie circulaire tourne rond

Pour le leader européen de recyclage des pneumatiques usagés en roues de manutention « rien ne se perd, tout se transforme ».

Par **Marc Prévost**

« Nous n'avons rien inventé. Mais nous le faisons », explique en souriant Richard Lett, le pragmatique directeur de Roll-Gom. Née au XIXe siècle, la société basée à Tilloy-lès-Mofflaines, près d'Arras (Pas-de-Calais), propriété depuis 2006 du groupe français Aurea, s'est spécialisée dans le recyclage tous azimuts. Aujourd'hui, avec 200 millions d'euros de chiffre d'affaires, il est l'un des acteurs français majeurs dans le domaine du développement durable. De fait, plus de cinq millions de pneus de véhicules légers (ceux de camions sont trop difficiles à traiter) sont recyclés dans l'unité artésienne, soit un dixième du marché hexagonal. Ils deviennent quelque quatorze millions de pièces de caoutchouc recyclé équipant chariots, poubelles et bacs vendus à des collectivités ou des grands du secteur, comme Plastic Omnium, Kärcher, Sicli… Les deux-tiers sont réalisés à l'export en Europe occidentale. Mais pas question de tenter sa chance aux Etats-Unis, patrie de l'automobile, trop aléatoire sur le plan des normes et d'un marché du recyclage envahi par les entreprises asiatiques.

Un bénéfice environnemental

En donnant une seconde vie au pneu de voiture légère, la société applique à la lettre les principes de l'économie circulaire. A savoir ne pas enfouir et ne pas incinérer, ne pas employer une matière neuve ou noble si l'on peut recycler et fabriquer le même produit. Le bénéfice environnemental est clair. « On pourrait fabriquer des pneus neufs, mais les cours du pétrole, l'autre matière première du caoutchouc avec l'hévéa, sont trop fluctuants », déplore le patron. Une aubaine pour lui car son usine tourne 24 heures sur 24 et sept jours par semaine. Un pneu est fait de textile, de fil d'acier et de caoutchouc. Usé, récupéré, il échoue chez Roll-Gom où broyeurs, carrousels et robots le transforment d'abord en « chips », sorte de copeau de caoutchouc, puis en produit fini. Le site de 3,5 hectares respecte les normes sanitaires et environnementales en vigueur. De plus, une autre filière est exploitée puisque les pneus déchiquetés et broyés deviennent aussi de la poudre de caoutchouc utilisée par les fabricants de sols sportifs ou de remblais. Les équipes de Roll-Gom ont même eu les honneurs de l'Etat avec la visite d'un Premier ministre et de plusieurs membres du gouvernement en septembre 2013. « Nous voulons continuer à saturer l'outil de production qui tourne tout le temps. Le marché est porteur », explique Richard Lett, natif de Thionville, professeur d'allemand dans une vie antérieure. Avant de se recycler. ●

FICHE D'IDENTITÉ
Localisation : Tilloy-lès-Mofflaines(Pas-de-Calais)
Date de création : 1985
CA 2014 : 15 millions d'euros
Effectif : 75 salariés

MUTUELLE JUST
GÉNÉRALISATION DE LA COMPLÉMENTAIRE SANTÉ
PLUS QUE 4 MOIS AVANT LA RÉFORME
JEAN-PIERRE PAPIN
Adhérent Just'
POUR LES ENTREPRISES ET SALARIÉS DE LA RÉGION
UNE MUTUELLE JUSTE ET PAS JUSTE UNE MUTUELLE !
AU 1ER JANVIER 2016,
les entreprises doivent souscrire une complémentaire santé pour leur(s) salarié(s) et participer à son financement à hauteur de 50% minimum.
Votre entreprise est déjà dotée d'une complémentaire santé ? La réforme impose que votre contrat soit responsable et conforme aux nouvelles obligations ANI.
JUST' S'OCCUPE DE TOUT !
Les **conseillers Just'** sont à vos côtés pour votre **mise en conformité** et vous conseille sur le **niveau de couverture** à proposer à **vos salariés** et le **coût pour votre entreprise**.
Une complémentaire santé est un avantage social et fiscal non négligeable, sur lequel les employeurs et les salariés ont tout intérêt à se faire accompagner par des experts en couverture santé.
Just' et ses déclinaisons sont des marques de la Mutuelle Just'en famille soumise aux dispositions du livre II du code de la mutualité. N°SIREN 783 864 150. @philippelabeguerie - Droit de reproduction interdite. AGENCE YKK Valenciennes. www.agence360.fr • +33 327 44 77 77.
ANI info service JUST-ANI.fr
Numéro Conseils 03 27 28 82 23
Un réseau de proximité 12 AGENCES
UNE DIVISION DU GROUPE JUST'
JUST ENTREPRISES
fnim

SYLVAGREG

Repenser le logement de demain

Spécialisé dans la conception et la construction de bâtiments, le groupe Sylvagreg réfléchit à de nouvelles façons de concevoir l'habitat.

Par **Sophie Helouard**

AUGUSTIN OUTTERS

GHESQUIERE - GROUPE SYLVAREG

VISIONNAIRES. Victor (à gauche) et Augustin Outters conçoivent les bâtiments collaboratifs.

FICHE D'IDENTITÉ
Localisation : Lomme (Nord)
Date de création : 1976
CA 2014 : 60 millions d'euros
Croissance 2013/2014 : 10 %
Effectif : 350 salariés

Convaincu « qu'une entreprise qui n'innove pas est vouée à disparaître », Augustin Outters, président du directoire du groupe Sylvagreg a choisi de diversifier son activité. À la tête de l'entreprise familiale avec son frère Victor depuis cinq ans, il a mis en place un bureau d'études afin de positionner Sylvagreg à la fois comme constructeur, mais aussi comme concepteur. « Nous sommes dans une conjoncture difficile. Le secteur du bâtiment n'est pas encore sorti de la crise et traverse une mutation. Entreprendre autrement est indispensable pour notre survie », confie le jeune dirigeant. « Outre le gros œuvre qui est notre cœur de métier, nous sommes aujourd'hui capables de proposer une offre globale, c'est-à-dire de prendre en charge la réalisation d'un projet de A à Z. Ce qui est de plus en plus apprécié par les clients qui souhaitent un interlocuteur unique. » Le groupe intervient aussi bien en neuf qu'en réhabilitation sur des chantiers à taille humaine (entre 15 et 100 logements) et réalise, en moyenne, 1 000 habitations par an, dont 70 % en métropole lilloise.

Privilégier les circuits court

Sensible aux problématiques environnementales, Augustin Outters milite pour l'utilisation de la brique. « Je suis très attaché aux circuits courts à la fois pour la préservation de la planète, mais aussi pour la sauvegarde de l'emploi et des savoir-faire locaux. C'est un matériau plus onéreux, il dure cependant dans le temps et ne nécessite pas d'entretien. » Dans un souci de meilleure performance énergétique, le groupe Sylvagreg a également développé des modes constructifs mêlant béton et bois, et entamé une réflexion sur la qualité de l'air des bâtiments. « Je suis convaincu que ce sera l'enjeu des dix années à venir. Un de nos collaborateurs travaille actuellement sur cette question afin d'identifier les bons matériaux. »

Enfin, Augustin Outters participe régulièrement à un groupe de réflexion sur l'économie de la fonctionnalité en lien avec les nouvelles façons de penser l'habitat au sein du club Noé. « Syndics, architectes, bailleurs, promoteurs se réunissent une fois tous les deux mois pour explorer de nouvelles pistes comme la mutualisation d'espaces en lien avec le collaboratif. On pourrait, par exemple, imaginer des logements où il y aurait une laverie, une salle de jeux et pourquoi pas des chambres d'amis communes ! Tout est à réinventer en fonction des nouveaux modes de vie émergents. » Une offre est actuellement en cours d'élaboration et le groupe est à la recherche d'une collectivité pour monter une opération référence. ●

D.R.

AUTONOMES. Michel Millares (à gauche) et Julien Pilette, rêvent de créer une filière de bio-carburant dans le Nord-pas-de-Calais.

GECCO

Carbure à l'huile usagée

A la tête d'une entreprise de recyclage d'huiles végétales usagées, Julien Pilette et Michel Millares imaginent une filière éco-conçue de bio-diesel capable de contribuer à l'autonomie énergétique du territoire.

Par **Marc Prévost**

Affichant un look décontracté, les deux associés de Gecco prônent une forme de croissance douce. En huit années d'existence, leur société s'est développée, sans à-coups ni épreuves. Spécialisée dans le recyclage d'huiles végétales usées, colza, tournesol, gras de bœuf, huile de palme… transformées en carburant bio-diesel, elle occupe une niche originale et lucrative au pays de la pomme de terre. Un restaurateur produit jusqu'à 120 litres par mois d'huiles végétales usagères, une simple « baraque à frites » le même volume, mais par semaine. La collecte, plus de 700 tonnes depuis le début de l'année, se fait en partenariat avec des entreprises de réinsertion, par le biais de triporteur en ville et de camionnettes en secteur rural. Elles sont transformées chez un partenaire en Belgique qui la revend aux usines de bio-diesel en Europe. Un gros contrat avec le Canadien Mc Cain alimentaire, à Harnes (Pas-de-Calais), le numéro un des frites, très ouvert à l'économie environnementale, dope le chiffre d'affaires. Pour autant, Julien Pilette et Michel Millares ne craignent pas de se faire rattraper par les modèles dominants qui les entourent et avec lesquels ils passent des accords. « Nous travaillons selon la logique de l'économie sociale et solidaire qui veut que l'économie soit au service de l'homme et de son environnement, pas l'inverse », affirment Julien Pilette, le gérant fondateur et Michel Millares, le scientifique, qui se sont rencontrés au sein de l'organisation altermondialiste Attac (Association pour la taxation des transactions financières et pour l'action citoyenne). Leurs choix sont éloquents : un statut de SARL avec agrément étatique « Entreprise solidaire », des écarts entre les salaires réduits, pas de recours au marché boursier, l'élection de la direction par les salariés et… des profits limités.

FICHE D'IDENTITÉ
Localisation : Lille (Nord)
Date de création : 2008
CA 2015 (6 premiers mois) : 500 000 euros
Effectif : 9 personnes

Un projet ambitieux

Lauréate 2013 du programme Scale-up de la Fondation Rotschild, consacré au changement d'échelle des entreprises sociales, Gecco investit dans la recherche en matière de recyclage d'huile alimentaire en biocarburant. Objectif : mettre au point un procédé biologique et non chimique de transformation des huiles végétales en bio-diesel. Un doctorant de la fac de Lille 1 a été embauché et une micro-unité de collecte et de transformation capable de produire 2 000 litres par jour est à l'étude. « On ne dépose pas de brevet. Trop compliqué à gérer », sourit Julien Pilette. Si ce Valenciennois diplômé en économie solidaire ne cherche pas la croissance à tout prix, il imagine bien couvrir une grande partie du pays avec un réseau de mini-usines louées sur place pour réduire l'empreinte environnementale. Et vient, pour financer cette nouvelle étape de développement, de boucler une levée de fonds de 800 000 euros. Un tour de table impressionnant avec en chef de file la Caisse des dépôts et consignations, le fonds Autonomie et solidarité, Nord financement amorçage, le Crédit coopératif, et la Banque populaire du Nord ! ●

ASSOCIATION. Une crèche bénéfique pour les parents, les enfants et les entreprises.

SOPHIE HELOUARD

LE PETIT MONDE DE SIMÉON

Ensemble, on va plus loin

Ce n'est pas parce qu'on est une PME qu'on ne peut pas bénéficier des services d'un grand groupe. À Libercourt, une crèche inter-entreprises a vu le jour sur la zone des Portes du Nord et une deuxième est en gestation.

Par **Sophie Helouard**

L'union fait la force. Cette devise n'a jamais autant été d'actualité à Libercourt. Il y a deux ans et demi, Le Petit Monde de Siméon, une crèche inter entreprises au statut associatif a été créée sous l'impulsion du club Carvin Entreprises. « Les dirigeants constataient que leurs collaboratrices étaient souvent absentes lorsque leurs enfants étaient souffrants. On m'a donc missionnée pour que j'étudie les besoins des parents salariés sur les parcs d'activités », explique Sylvia Rousseau, en charge du dossier. Dès avril 2011, une étude de faisabilité est lancée et des gestionnaires de crèches consultés. Mais très vite, la jeune femme s'aperçoit que le projet qu'elle a imaginé se heurte aux logiques économiques.

« Les prestataires ne partageaient pas forcément nos valeurs et nous n'avions pas envie de perdre de vue l'esprit initial de cette crèche : c'est-à-dire travailler sur le bien-être, le vivre ensemble, la mixité sociale, etc. Alors, Carvin Entreprises a décidé de se lancer seul dans l'aventure ».

Une structure à taille humaine

Le Petit Monde de Siméon ouvre à l'automne 2012 sur la zone des Portes du Nord à Libercourt avec dix berceaux. « Bien sûr, nous aurions pu augmenter la capacité et proposer 70 places puisqu'il y avait la demande mais nous souhaitions rester sur une structure à taille humaine », poursuit la responsable. Pour faciliter la vie des parents qui travaillent sur les parcs d'activités voisins, la crèche accueille les enfants de 6 à 20 heures.

Un système de cofinancement permet aux entreprises de participer dans le cadre de leur politique RSE et d'alléger la facture des familles. Du côté pédagogique, la crèche se distingue par son projet inspiré de la méthode Montessori. Enfin, la structure reçoit une fois par semaine un pédiatre à la retraite qui vient bénévolement dispenser ses conseils aux parents. « C'est précieux ! », assure Sylvia Rousseau. « Il intervient également en tant que ressource auprès de l'équipe. » Un projet d'entrepreneuriat social et solidaire bénéfique aussi bien pour les entreprises que pour les employés et les enfants. « Les parents n'ont plus le stress d'être pris dans les bouchons et d'arriver en retard, ils bénéficient d'une crèche au même titre que les salariés d'un grand groupe et cela permet de créer des emplois et du lien entre les acteurs du territoire. » Le succès est tel qu'une seconde entité devrait ouvrir ses portes à la rentrée prochaine à quelques kilomètres de Libercourt et que Carvin Entreprises réfléchit désormais à mettre en place une conciergerie inter-entreprises. ●

FICHE D'IDENTITÉ
Localisation : Libercourt (Pas-de-Calais)
Date de création : 2012
CA 2014 : 185 000 euros
Croissance 2013/2014 : 19,3 %
Effectif : 6 salariés

COMMUNIQUÉ

LA FRANCHISE CHEZ CARREFOUR PROXIMITÉ : UNE HISTOIRE D'HOMMES ET DE FEMMES

ÉLODIE FOVEAUX NOUS RACONTE SON PARCOURS.

DR

Le bac en poche en 2007, Élodie fait le choix de se lancer dans la vie active. À l'époque, elle démarre dans le magasin de Monsieur et Madame Fouchard, franchisés Carrefour Contact de Sin-le-Noble. Ils lui apprennent le métier et très vite lui confient des rayons du magasin en termes de commandes, d'engagements, de tenue, de résultats ainsi qu'une part active à la relation client qui est le maître mot dans le commerce de proximité.
« *J'ai appris au fil de l'eau, sur le terrain avec les conseils bienveillants de mes employeurs et je suis devenue adjointe du magasin.* »
Après leur départ à la retraite, deux franchisés succéderont à Monsieur et Madame Fouchard dans le magasin, apportant à Élodie une vision complémentaire du métier. Élodie entreprend alors une VAE pour avoir un niveau BTS et se donner les moyens d'évoluer.
Et elle ne s'arrête pas là en visant l'accès au parcours de formation de Carrefour Proximité, proposé aux Adjoints Évolutifs : deux années de formation prises en charge par Carrefour Proximité pour amener les profils à potentiel du réseau à l'entrepreneuriat en franchise. Sous les conseils avisés de ses patrons Monsieur Randazzo, puis Madame Demarest, et après validation par la Direction Formation et Recrutement de la région, elle rejoint la promotion 2013 et démarre l'aventure. « *Le cadre était clair, le projet aussi avec une cible : devenir franchisée à mon tour. La re-découverte du métier avec les formations suivies au Magasin École de la région et au Cnam m'ont permis d'approfondir les métiers du frais, l'hygiène et la sécurité alimentaire tout comme le management. C'est là aussi que j'ai découvert la partie gestion d'un magasin de A à Z avec le directeur du magasin école très à l'écoute : il connaissait mon parcours, mon histoire et a su adapter ses enseignements aux différents adjoints en formation.* »
Par cette prise de hauteur et maîtrise du métier, Élodie est tout naturellement venue à la franchise en février 2015 : « *Je suis franchisée en location gérance depuis 6 mois d'un magasin Carrefour Express à Lille. J'ai 27 ans et Carrefour Proximité m'a donné ma chance en me confiant une franchise en location gérance.* »

Pour l'aider dans cette nouvelle mission, elle est accompagnée par les services de la région : les conseillers métiers pour les diagnostics et formations rayon, la cellule informatique, le service client pour la marchandise et… son conseiller de franchise. « *[ce dernier] me soutient dans mes avancées, m'écoute, analyse avec moi les résultats et m'aide à trouver des solutions. C'est primordial notamment quand on est seule à la barre ! Et vous savez, quand on est chef d'entreprise, on n'a plus personne au dessus de soi pour nous dire, aussi, quand c'est bien, nous féliciter [rires]. C'est une belle collaboration.* »
Son prochain objectif : « *être franchisée propriétaire de mon fonds de commerce dans 3 ans* ».
C'est tout ce que l'on peut vous souhaiter, Élodie.

PLUS D'INFORMATIONS SUR **WWW.FRANCHISE-PROXIMITE.CARREFOUR.COM**
CONTACTEZ NOUS EN DIRECT : CLAIRE SION : 06 86 69 88 46 / ISABELLE PARMENTIER : 06 31 28 06 35

Carrefour contact · Carrefour city · Carrefour express · 8 à Huit

MOBILE ANGELO

Allo, maman, bobo

Basé à Euratechnologies, le premier réseau de dépanneurs à domicile vole au secours de vos téléphones portables.

Par **Sophie Helouard**

RESPONSABLES. À leur façon, Matthieu Levivier (à gauche) et Sébastien Sacard luttent contre l'obsolescence programmée.

D.R.

« Nous sommes entre le Carglass et le Uber du téléphone mobile », précise, en souriant, Matthieu Levivier, dirigeant de la start-up basée à EuraTechnologies. Un positionnement original qui voit le jour en 2014. Premier réseau de dépanneurs de Smartphones et de tablettes à domicile, Mobile Angelo fédère près de 110 réparateurs indépendants répartis dans toutes les grandes villes de France : Lille, Bordeaux, Marseille, Lyon, Paris, etc. L'idée a germé suite à la rencontre entre Sébastien Sacard, 37 ans, consultant en innovation et Matthieu Levivier, 40 ans, ancien directeur d'Immoprêt. « Quand on casse son téléphone, on est très démuni et on souhaite qu'il soit immédiatement réparé », explique ce dernier. Chez Mobile Angelo, le diagnostic est effectué en deux heures et la réparation en moins de quarante-huit heures. Une gageure quand on sait que la plupart des grandes enseignes de téléphonie demandent une dizaine de jours pour le même service. Et ce, sans garantie de retrouver toutes ses données.

FICHE D'IDENTITÉ
Localisation : Lille (Nord)
Date de création : 2014
CA 2014 : n. c.
Effectif : 5 salariés

Lutter contre l'obsolescence programmée

« Actuellement dans le milieu de la réparation des Smartphones, il y a Apple et une myriade d'indépendants dont on ne connaît ni les compétences ni la qualité des pièces achetées. L'idée de Mobile Angelo est de fédérer des réparateurs possédant un vrai savoir-faire. Nous faisons office d'intermédiaire entre eux et le client. Nous nous occupons de leurs achats, de leur facturation et de toute la dimension marketing. De leur côté, ils nous versent un abonnement et une commission. » Un marché important puisqu'on estime aujourd'hui que sur les 2 millions de téléphones cassés chaque année, seule la moitié est réparée.

« Outre le fait de rendre un service aux usagers, nous créons de l'emploi en France et nous avons un impact positif sur l'environnement en luttant contre l'obsolescence programmée de ce type de matériel. Nous sommes totalement dans la tendance de fond d'une consommation plus responsable. Pour nous, c'est une façon de donner du sens à ce qu'on fait. »

La start-up a effectué une levée de fonds de 500 000 euros auprès du groupe IRD, d'Iris Informatique et de la BPI. Elle souhaite poursuivre aujourd'hui son développement à l'échelle nationale. « Nous sommes à la recherche de nouveaux talents pour renforcer nos équipes et nous avons prévu de lancer une assurance à 6,99 euros/mois à la rentrée. » Objectif à terme : être capable de prendre en charge le téléphone dans la demi-heure et de le réparer en quatre heures. Des anges gardiens très réactifs… ●

CALAIS COEUR DE VIE
Centre commercial
13 826 m²
de surface commerciale en centre-ville
Des cellules modulables de 40 à 700 m²
Un parking couvert de 720 places
Des cellules équipées disponibles
Vous créez votre activité ?
Nous accompagnons votre installation !
• Jusqu'à 6 mois de loyer offerts
• Bail dérogatoire de 36 mois résiliable sans indemnité
• Rédaction de bail et état des lieux gratuits
• Accompagnement personnalisé (dossier d'aménagement, assurance négociée…)
Contact et renseignements SPL Calais Coeur de Vie :
Hélène Vantorre
03.91.91.51.71
contact@calaiscoeurdevie.fr
www.calaiscoeurdevie.com
VILLE de Calais

IMAGINER
CRÉER
REPRENDRE
FRANCHISER
DÉVELOPPER
SALON CRÉER 2015
MON TREMPLIN POUR ENTREPRENDRE
14-15-16 SEPTEMBRE
LILLE GRAND PALAIS - SALONCREER.COM
LA PROGRAMMATION DÉDIÉE AUX CHEFS D'ENTREPRISE
Venez découvrir nos différents ateliers et conférences pour développer votre business : saloncreer.com
LUNDI 14 SEPTEMBRE
14H00 Les distinctions ARDAN
14h45 à 18h30 Business Rencontres
Participez à la demi-journée consacrée aux chefs d'entreprise pour développer vos courants d'affaires à l'échelon régional et international.
Réservez votre Lundi.
ÉVÉNEMENT ORGANISÉ ET FINANCÉ PAR
RÉGION NORD-PAS DE CALAIS
PARTENAIRES OFFICIELS
AVEC LE CONCOURS FINANCIER DE
MÉDIAS OFFICIELS
RMC INFO TALK SPORT
NORD DE FRANCE BANQUE ET ASSURANCES

SERVICE. Des produits et des conseils bien distribués. Le leitmotiv de Vincent Leman, François Felloni et Robert Love.

D.R.

LA RÉCOLTE.FR

Les pieds sur terre

La belle histoire de trois copains portés par leur maîtrise éprouvée du commerce électronique et de la vente à distance. Et forts d'un état d'esprit positif.

Par **Marc Prevost**

« Honnêteté, clarté, confiance, travail. » Le ton est donné. Les dirigeants de La récolte.fr ne mâchent pas leurs mots. L'univers agricole est ainsi, friand de bonnes pratiques. Chacun trouve sa place pour réussir. C'est le credo de cette société de vente à distance occupant une niche nouvelle promise à un bel essor : les achats groupés agricoles, de la mécanique au vêtement de travail, hors produits phytosanitaires et pesticides. Une sorte de centrale d'achats sur Internet pour faire baisser les prix et, surtout, rendre un service aux clients souvent isolés et en quête d'approvisionnements fiables et réguliers assortis d'un conseil avisé. Un bon timing est souvent le secret d'une réussite et La récolte.fr est arrivée à point nommé. Et avec une bonne idée. « On s'est inspiré des plates-formes d'achat sur Internet existant dans le domaine des marques et on l'a adapté au B to B agricole », expliquent François Felloni et Vincent Leman, deux des associés. Le second était le prof du premier à l'Institut supérieur d'agriculture de Lille dont ils sont tous les deux diplômés. Robert Love complète le trio. Excellents connaisseurs du monde agricole dont ils sont issus par tradition familiale, ils font leurs premières armes dans la banque et le conseil informatique, toujours dédiés à l'exploitation rurale. Les NTIC fournissent l'opportunité de dépoussiérer un schéma traditionnel de distribution basé sur le magasin rural ou la concession agricole.

Le meilleur niveau de confiance

Côté client, pas de problème d'adaptation, un agriculteur est connecté presque en permanence à Internet pour consulter la météo ou ses comptes bancaires, les cours des matières premières ou les directives de la politique agricole commune. Le catalogue en ligne est aujourd'hui prolongé par une version papier tirée à plus de cent mille exemplaires proposant plus de cinq mille références. Près d'un tiers du volume des commandes dépend de lui. Après trois ans d'existence, la petite start-up de commerce électronique devient multi-canal si l'on ajoute le service de prise de commande et de conseil par téléphone. Une grosse levée de fonds de 1 million d'euros vient d'être finalisée auprès de sociétés de capital-investissement pour soutenir son développement.

Et l'entreprise n'est plus un « Pure Player » puisqu'un entrepôt de 800 mètres carrés ouvre à Wambrechies (Nord). « Nous y stockons les 20 % d'articles qui génèrent 80 % du chiffre d'affaires », expliquent-ils. Une gamme soigneusement sélectionnée par les deux spécialistes qui ne veulent pas proposer n'importe quoi et privilégient l'article qui obtient le meilleur niveau de confiance. D'ailleurs, l'avis du client fait l'objet d'un recensement précis et une cellule de veille par téléphone et Internet analyse les besoins du marché. Etre aux avant-postes, oui, mais pas trop… ●

FICHE D'IDENTITÉ
Localisation :
Lille et Wambrechies (Nord)
Date de création : 2012
CA prévu en 2015 :
2,9 millions d'euros
Croissance 2013/2014 : 65 %
Effectif : 11 personnes

AUDACIEUX. Christophe Guérin n'hésite pas à céder une partie de son capital pour prendre son envol.

MÛ VISIONS

MÛ VISIONS

Une nouvelle étape à la loupe

Après trois ans de mise au point, la jeune pousse lilloise voit grand. Et espère que ses lunettes durables vont se faire remarquer.

Par **Marc Prevost**

MÛ Visions négocie un virage serré. La marque lilloise de lunettes design et éco-conçues rejoint, cet été, une holding industrielle en gestation. Pilotée par un gros investisseur privé souhaitant rassembler des projets complémentaires en France dans le domaine de l'optique et la lunetterie, MÛ Visions souhaite ainsi se donner les moyens de grandir. Car si le crowdfunding a permis à Christophe Guérin, designer à l'origine de l'entreprise, de faire largement connaître son projet, les résultats sont restés insuffisants pour lever des fonds. Le million d'euros nécessaire à la croissance a donc été mobilisé selon un scénario plus classique. Avec toujours la possibilité d'avoir recours au financement participatif. Et toujours dans le respect des principes d'écoconception qui ont guidé ses trois premières années, même si la majorité du capital change de mains. « Nous garderons notre identité et nous travaillerons pour notre marque et celles du groupe. Notre produit est respectueux de l'environnement et le sera toujours ! », affirme en souriant Christophe Guérin.

Un capitalisme du développement durable

Après l'Ecole Boulle, et avec son premier associé, designer comme lui, Jérémie Plazy, il se lance dans la conception de montures de lunettes originales en bois ou en bioplastiques issus de résidus de maïs ou de blé. Hêtre, ébène recyclé, acajou, autant de matières naturelles renouvelables qui positionnent la gamme sur un créneau premium avec des séries volontairement limitées, à quelque 250 exemplaires chacune. Une monture en titane – à 4 000 euros ! –, métal recyclable, est même mise au point. Parce qu'une bonne idée ne doit pas restée isolée, ils inventent ou plutôt perfectionnent la monture démontable et recyclable dans l'esprit de l'économie circulaire. Le client peut ainsi personnaliser ses lunettes en fonction de ses goûts et de ses couleurs. Une kyrielle de brevets protègent l'invention.

« En design, toutes les formes sont possibles, en fait. Nous améliorons sans cesse l'ergonomie et l'esthétique en participant à des salons dans le monde entier pour valider nos choix. Nos produits sont *made in* France et restent à un prix abordable. » La phase d'amorçage est terminée. Les gammes commerciales sont prêtes. Place à l'étape industrielle. Quand à la question de la compatibilité entre le capitalisme pur et dur et le développement durable, ils sont convaincus que ce n'est pas un problème. ●

FICHE D'IDENTITÉ
Localisation : Lille (Nord).
Date de création : 2012
CA 2014 : n. c.
Effectif : 7 associés

COMPLÉMENTAIRE SANTÉ DES SALARIÉS : CHOISISSEZ UN ACTEUR LOCAL.

apreva-collectif.fr

© Gregor Collenne.

Le 1er janvier 2016... c'est demain !

Conformément à l'A.N.I. du 11 janvier 2013, vous, dirigeants d'entreprise devez mettre en place un **contrat complémentaire santé obligatoire** pour vos salariés, au plus tard le 1er Janvier 2016.
Pour être sûr de ne pas vous tromper, faites confiance à APRÉVA, la mutuelle de votre région. Parce qu'elle est proche de vous, APRÉVA mutuelle peut répondre précisément à vos attentes et celles de vos salariés, avec un véritable accompagnement local.

apréva VOUS AVEZ TOUTE NOTRE ATTENTION

Contactez APRÉVA mutuelle au 3111 (Services et appels gratuits) ou rendez-vous sur www.apreva-collectif.fr

Mutuelle soumise aux dispositions du livre II du code de la Mutualité – SIREN n° 775 627 391

SANTÉ | PRÉVOYANCE | AUTONOMIE | RETRAITE

ZOOM SUR APRÉVA, VOTRE MUTUELLE LOCALE...

Que l'on soit professionnel indépendant, salarié, patron ou encore retraité, nous avons tous besoin d'une bonne mutuelle pour nous accompagner tout au long de la vie. Et si on faisait confiance à un acteur local pour suivre l'évolution de nos besoins en protection sociale ?

649 000 personnes protégées en santé et prévoyance

APRÉVA, 1ÈRE MUTUELLE DU NORD DE LA FRANCE

APRÉVA mutuelle s'est développée dans un mouvement continu de regroupements de mutuelles locales et professionnelles. Aujourd'hui, elle compte 488 collaborateurs et de nombreux partenaires qui ne cessent d'innover afin que l'offre APRÉVA, tout comme l'ensemble de leurs prestations, puissent satisfaire l'évolution de nos besoins.

Si depuis 80 ans l'accès aux soins est la priorité d'APRÉVA, la mutuelle sait bien aussi que le vieillissement de la population est un enjeu capital dans notre région qui connaît un déficit d'accueil préoccupant pour nos aînés. Plus que jamais, pour faire face aux dépenses de santé, aux aléas de la vie et du vieillissement, l'accompagnement d'une mutuelle est essentiel. Et l'accompagnement d'APRÉVA dépasse largement le financement complémentaire des régimes obligatoires. Dans ce cadre, APRÉVA résume à travers les termes « Santé - Prévoyance - Autonomie - Retraite », l'envergure de sa mission. Une mission de protection étendue et adaptée au fil du temps afin de réduire l'impact des aléas de la vie sur le budget personnel de ses adhérents ou sur celui de l'entreprise. Cette mission s'adopte dans une posture altruiste, de bienveillance de tous les instants. Aujourd'hui comme hier, nous pouvons tous compter sur APRÉVA, la mutuelle de notre région, pour prendre soin de nous et de notre budget.

+3500 entreprises adhérentes

488 collaborateurs

38 points de vente sur 5 départements
Aisne - Nord - Pas de Calais
Somme - Oise

65000 praticiens conventionnés en tiers payant

LA MUTUELLE PLUS PROCHE DE L'ENTREPRISE

Dès la publication de l'Accord National Interprofessionnel du 11 janvier 2013, APRÉVA mutuelle a élaboré une gamme santé collective destinée notamment aux TPE/ PME. Cette gamme leur permet de remplir leurs obligations en respectant le minimum de garanties imposé par la loi. En complément de cette gamme, APRÉVA a créé pour les salariés une surcomplémentaire leur permettant d'augmenter, selon leurs besoins, les remboursements de leur couverture santé collective. De plus, avec APRÉVA, mutuelle de la région, les entreprises comme les salariés sont sûrs de bénéficier d'un véritable accompagnement local.

VOUS ÊTES EMPLOYEUR

Proposer une protection sociale adaptée à vos salariés, c'est leur garantir un élément supplémentaire de rémunération. Pour eux, la complémentaire santé collective est perçue comme un véritable élément de bien-être, et donc de motivation.

Avantages fiscaux :

- Les cotisations de l'employeur ne sont pas soumises aux charges patronales.
- Les cotisations de l'employeur sont déductibles du résultat imposable de l'entreprise.

VOUS ÊTES SALARIÉ

Le saviez-vous ? Dans le cadre d'un contrat santé collectif obligatoire, la cotisation est bien souvent plus attractive que celle d'un contrat individuel car l'employeur prend en charge une partie de celle-ci.

Une cotisation fiscalement intéressante

En tant que salarié, vous pouvez déduire de votre revenu imposable la part de la cotisation que vous devez payer pour votre complémentaire santé obligatoire.

Le 1er Janvier 2016 c'est demain !
Décidez-vous vite.

LE 1ER MOIS
de cotisation santé de vos salariés est OFFERT*.

Pour accompagner les entreprises à chaque étape et les aider à mettre en place leur contrat santé collectif, APRÉVA a même prévu un site dédié : apreva-collectif.fr.

UNE PROXIMITÉ AU QUOTIDIEN

POUR LES SALARIÉS :

- PLATEFORME TÉLÉPHONIQUE RÉGIONALE
- UN EXTRANET SÉCURISÉ pour consulter et télécharger leurs remboursements
- POINTS DE VENTE SUR 5 DÉPARTEMENTS (38) liste complète sur apreva.fr

POUR L'ENTREPRISE :

- UNE ÉQUIPE DÉDIÉE AVANT ET PENDANT TOUTE LA DURÉE DU CONTRAT
- UN EXTRANET SÉCURISÉ pour consulter le contrat, la liste des salariés, les appels de cotisations...

UN VRAI SOULAGEMENT AUSSI POUR LES PROFESSIONNELS INDÉPENDANTS

Parce que l'activité d'un professionnel indépendant repose bien souvent sur ses seules épaules, APRÉVA sait à quel point il est important pour lui d'être bien protégé. Remboursements des frais de santé, maintien de revenus en cas d'arrêt de travail, protection de la famille, aides fiscales dans le cadre de la Loi Madelin... APRÉVA s'occupe de tout et propose aux professionnels indépendants une protection sociale optimale, conçue spécialement pour eux.

Bonne nouvelle ! En ce moment,
APRÉVA VOUS OFFRE 1 MOIS DE COTISATION sur votre contrat santé*.

UNE SATISFACTION GARANTIE

20 ans — Durée moyenne d'un contrat santé pour un professionnel indépendant chez APRÉVA mutuelle

95% — TAUX DE SATISFACTION de nos clients professionnels

LES POINTS CLÉS RETENUS PAR LES CLIENTS :

1. expert métier à leurs côtés pour les accompagner
2. relation personnalisée et pérenne avec le conseiller
3. bilan de la situation personnelle
4. optimisation du dispositif fiscal

SALON CREER 2015 — MON TREMPLIN POUR ENTREPRENDRE
14-15-16 SEPTEMBRE
LILLE GRAND PALAIS - SALONCREER.COM

LE PRIX DE L'ENTREPRISE BIENVEILLANTE

APRÉVA RÉCOMPENSE LA BIENVEILLANCE EN ENTREPRISE

Avec la création du « Prix de l'Entreprise bienveillante », APRÉVA mutuelle propose un « coup de pouce » aux entrepreneurs. Remis en novembre prochain, il valorisera une entreprise qui fait preuve de bienveillance par sa nature ou ses actions pour ses clients, ses salariés. Les projets d'entreprises les plus bienveillants bénéficieront d'une bourse financée par APRÉVA.

DES SERVICES POUR TOUS

TIERS PAYANT = PAS D'AVANCE DES FRAIS DE SANTÉ

Près de 90 % des prestations versées par APRÉVA mutuelle sont réalisées dans le cadre du tiers-payant.

TÉLÉTRANSMISSION

Pas de décompte à envoyer pour être remboursé. APRÉVA est en liaison directe avec le Régime Obligatoire qui lui transmet les informations concernant ses adhérents.

APRÉVASSIST'

Le bouquet de services à disposition des adhérents APRÉVA :

- Assistance : aide à domicile, garde des enfants, répétiteur scolaire...
- Protection juridique santé : informations juridiques et gestion amiable et judiciaire des litiges.
- Aide dans les démarches de santé avec Priorité Santé Mutualiste : maladies cardiovasculaires, cancer, équilibre alimentaire, sevrage tabagique...

RÉSEAUX DE SOINS

Les adhérents APRÉVA ont accès à des réseaux de soins (optique, dentaire, audio) leur garantissant :

- des prestations de qualité,
- des tarifs maîtrisés,
- la pratique systématique du tiers-payant.

SOUTIEN FINANCIER

APRÉVA apporte à ses adhérents une aide pour des soins ou équipements médicaux très coûteux.

* Voir conditions auprès de votre conseiller APRÉVA.

apréva VOUS AVEZ TOUTE NOTRE ATTENTION

Informations et liste des points de vente sur **apreva.fr**

3111 Service & appel gratuits
Du lundi au vendredi de 8h30 à 18h

PARTENAIRE RÉGIONAL HAUT DE BILAN
POUR LA CROISSANCE DES PME DU NORD-PAS DE CALAIS

CE NORD FRANCE INVESTISSEMENT

La Caisse d'Epargne Nord France Europe accompagne et soutient les PME du Nord-Pas de Calais dans leurs projets de développement, d'acquisition et de transmission. CENFI, la structure de capital développement accompagne les dirigeants locaux, seul ou en co-investissement avec des structures groupe (Alliance Entreprendre) ou externes (régionales ou nationales) pour des projets à valeur ajoutée afin de développer nos territoires.

Votre contact : Franck FLOUQUET
Directeur d'Investissement Capital Développement
CAISSE D'EPARGNE NORD France INVESTISSEMENT
135 Pont de Flandres - 59777 - EURALILLE
Tél : 03 20 66 64 06 - Mobile : 06 85 54 21 36
franck.flouquet@cenfe.caisse-epargne.fr

CAISSE D'EPARGNE NORD FRANCE EUROPE
LA BANQUE. NOUVELLE DÉFINITION.

CAISSE D'EPARGNE NORD FRANCE INVESTISSEMENT Société de prise de participations, de prestations de services et de conseil et d'opérations financières, commerciales, industrielles, immobilières et mobilières. SAS au capital social de 150 000 euros. Filiale de Nacica. Private Equity de Caisse d'Epargne et de Prévoyance Nord France Europe et de Caisse d'Epargne Capital. Siège social : 135 Pont de Flandres - 59777 EURALILLE. RCS LILLE METROPOLE 812 868 867. Code APE 6622Z.Crédit photos : Thinkstock. Conception : PIC DIRECT MARKETING - RC 438 1179. - Mai 2015.

INSPIRANT. Créé en 2012, le Centre européen des textiles innovants (Ceti) est une plate-forme technologique multi-sectorielle, dont l'objectif est de développer les matériaux de demain et d'accélérer les processus de l'innovation.

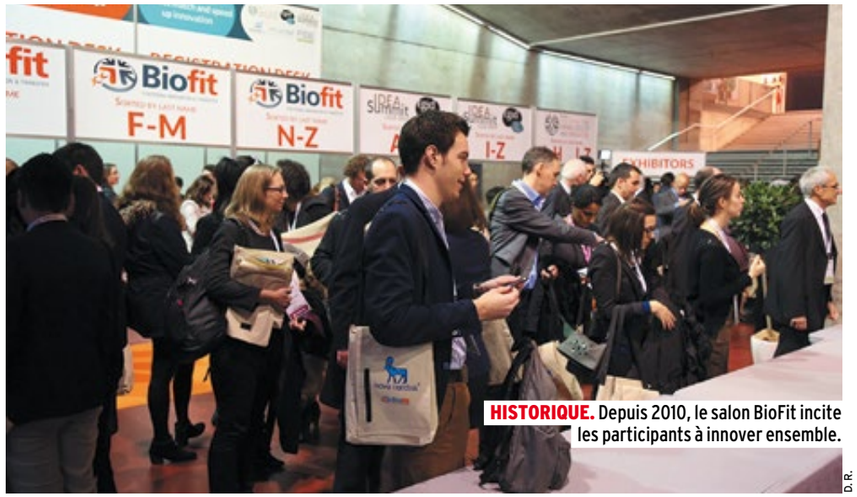
CETI

Innovation, soyez Open !

Apparue en 2003, l'Open Innovation gagne du terrain. Aujourd'hui, la recherche et développement ne se cantonne plus aux seuls services dédiés et l'innovation s'invente avec les prestataires, les fournisseurs, les concurrents et même les clients. Un concept qui essaime dans les start-up, les PME et les grandes entreprises du Nord - Pas-de-Calais.

Par **Gaëtane Deljurie** et **Nicolas Montard**

Quel est le point commun entre le Nipple Protector protégeant les seins des sportives, le siège vélo poussette ou la tente Inside Panorama permettant aux campeurs d'observer la nature sans être vus ? Ce sont quelques-uns des projets déposés sur Open Oxylane, plateforme collaborative de développement de nouveaux produits et services. Le principe : permettre à qui veut de participer à la création de produits Decathlon, la marque souhaitant créer une communauté mondiale de concepteurs d'articles de sport, en ciblant prioritairement les 15-35 ans, et notamment les étudiants fraîchement sortis des écoles. La démarche du géant, l'une des étoiles de la galaxie Mulliez (Auchan, Leroy Merlin, Jules, Kiloutou, Flunch, Kiabi, …) s'inscrit parfaitement dans un concept à la mode : l'Open Innovation ou innovation ouverte. Théorisée par le professeur américain, Henry Chesbrough, en 2003, celleci s'inspire des principes de l'Open Source (le partage public des codes sources des logiciels), pour déclencher des innovations *via* des partenariats avec des laboratoires de recherches, le client final, les concurrents, les grands groupes. Un système de collaboration ouverte censé être profitable à toutes les parties, en permettant aux entreprises de toucher de nouveaux marchés.



HISTORIQUE. Depuis 2010, le salon BioFit incite les participants à innover ensemble.
D.R.

Une nouvelle façon de créer

Une tendance à laquelle n'échappe pas la région. Ainsi, un club a ouvert en janvier à Lille. « Nous nous sommes rendus compte que l'Open Innovation n'est pas si développée que ça dans notre région, explique Marc Riobé, délégué général du Club Open Innovation Nord. On voit tous les jours que les jeunes pousses peinent à accéder aux grands groupes. » Signe d'un intérêt grandissant, la dernière des trois rencontres, organisée le 24 juin, a accueilli 200 personnes autour des objets connectés.

Le Nord-Pas-de-Calais a pourtant quelques têtes de ponts historiques dans ce domaine. Depuis plusieurs années, Eurasanté, le bio-incubateur dédié à la santé, organise le salon BioFit, un salon, « 100 % innovation axé sur la recherche de partenariats à 360° », se félicite Etienne Vervaecke, directeur général. « Ça fonctionne de mieux en mieux. De 300 participants en 2010, nous étions 1 100 en 2014. » Ce salon, désormais organisé une année sur deux entre Lille et Strasbourg, permet aux industriels de la pharmacie, aux jeunes entreprises de biotechnologies et au monde académique de se rencontrer pour innover ensemble. « Aujourd'hui, la masse des compétences et des technologies nécessaires pour lancer un produit est tellement complexe qu'une seule organisation ne peut plus tout faire toute seule. C'est encore plus vrai dans notre secteur. »

Ouvrir le champ des possibles

Le Picom, le pôle de compétitivité des industries du commerce, mise aussi sur l'Open Innovation, en orientant rapidement les nouveaux produits vers les marchés. « Les grandes enseignes nous permettent de détecter la valeur d'usage, l'utilité en la testant directement dans les magasins. Les PME, les start-up et les établissements de recherche nous apportent ce que j'appelle l'étincelle technologique », résume Patrick Brunier, délégué général du pôle. Le Picom regroupe des enseignes comme Auchan, Leroy Merlin, Ikea ou encore Picwic aux côtés d'une centaine de PME, preuve que les grands groupes voient très bien l'intérêt d'« open innover ». Le pôle inaugure, •••

DANS LA FOLIE DES FAB LABS

Des initiatives privées parient sur l'Open Innovation, à l'image du Fab Lab (contraction de laboratoire de fabrication) créé en 2011 et installé aujourd'hui à Roubaix. Lancé aux Etats-Unis, le Fab Lab est basé sur le partage de connaissance, l'émulation et l'apprentissage et l'autoassistance. Grâce au matériel mis à disposition, comme des imprimantes 3D, ce laboratoire permet d'élaborer à peu près tout. « En ce moment, nous travaillons avec Jean Bouteille, une société de ventes de liquides en vrac dans des bouteilles consignées, pour mettre au point des prototypes de machines capables de verser automatiquement le produit et de délivrer des étiquettes », explique Charles-Albert De Medeiros, créateur du Fab Lab de Lille. D'autres projets de matériels partagés au sein d'espaces de coworking sont à l'étude dans la région. **G.D.**

COMMUNIQUÉ

NORD ACTIF, FINANCE LES INITIATIVES ÉCONOMIQUES CRÉATRICES D'EMPLOI

FONDÉ EN 2002, NORD ACTIF EST MEMBRE DU RÉSEAU FRANCE ACTIVE QUI AGIT POUR METTRE LA FINANCE AU SERVICE DES PERSONNES, DE L'EMPLOI ET DES TERRITOIRES.

DR

Dans le département du Nord, la mission d'intérêt général de Nord Actif est principalement tournée vers l'emploi et vise des personnes en fragilité économique souhaitant créer leur entreprise (demandeurs d'emploi, Intérim, personnes handicapées…). Nord Actif propose un soutien technique et financier destiné à viabiliser leur projet. **Son rôle ?** Qualifier et expertiser les projets afin de valider la cohérence et la pertinence de leurs aspects économiques, juridiques et financiers.

L'action de Nord Actif ? Favoriser l'accès au crédit bancaire dans de bonnes conditions (limitation des cautions personnelles, taux de marché), en fournissant des **garanties bancaires** allant jusqu'à **80 %** du crédit octroyé par la banque. Nord Actif offre aussi des **prêts à taux 0** pour des sommes pouvant atteindre 8 000 euros dans le cadre du dispositif NACRE ainsi que des **subventions** à hauteur de 2000 euros s'adressant aux créateurs d'entreprise issus des quartiers, aux bénéficiaires du RSA et aux jeunes créateurs. Nord actif dispose également de dispositifs *ad hoc* pour les entreprises de l'économie sociale et solidaire : accompagnement à la création, au développement et à la consolidation et financements via des prêts de 0 à 2 % sur des montants compris entre 5 000 et 1 500 000 euros. **En 2014, grâce aux financeurs qui les soutiennent, Nord Actif a permis la création / consolidation de 7 029 emplois (ETP), et mobilisé plus de 24 millions d'euros. Mieux, d'après l'étude d'impact France Active, 82 % des entreprises soutenues franchissent le cap des 3 ans.**

Zoom sur l'entreprenariat féminin

Dans la conjoncture actuelle, la création d'entreprises représente plus que jamais un important gisement d'emplois, *a fortiori* pour les femmes qui se heurtent encore à des difficultés et hésitent plus souvent que les hommes à sauter le pas. Pour faciliter la création d'entreprise par les femmes et l'accès aux prêts bancaires (absence de caution personnelle, taux d'intérêt raisonnable), l'État a créé le FGIF (Fonds de Garantie à l'Initiative des Femmes). Il en a confié la gestion à France Active, en 2002. **Bonne nouvelle :** depuis le 1er juillet 2015, le plafond de garantie FGIF est passé de 27 000 à 45 000 euros. À noter qu'il s'agit à ce jour de l'unique outil de financement national dédié spécifiquement à l'entreprenariat féminin. Il est ouvert à toutes les femmes souhaitant créer, reprendre ou développer une entreprise lancée il y a moins de 5 ans. Et cela, sans condition de ressources, quelle que soit la forme juridique de l'entreprise, quel que soit le secteur d'activité. En 2014, Nord Actif a ainsi accordé près de **130 garanties FGIF et mobilisé près de 2 millions d'euros.**

DR

Installée à La Madeleine, Anne Duranton a lancé Rose Velvet, son entreprise de chaussures professionnelles grâce à un prêt de 60 000 euros garanti à 70 % par Nord Actif, complété par un prêt NACRE à taux 0 de 7 000 euros. Sa TPE devrait générer 5 emplois à temps plein d'ici 3 ans.

NORD ACTIF
FINANCEUR SOLIDAIRE POUR L'EMPLOI

NORD ACTIF - FINANCEUR SOLIDAIRE POUR L'EMPLOI
677, avenue de la République - 59 000 Lille
Tél : 03 20 74 57 40. **www.nordactif.org**

ORGANISÉ. Pour Pascal Denizart (à droite), directeur général du Ceti, l'Open Innovation ne s'improvise pas.

D.R.

••• en septembre, 800 m² d'un shopping Innovation Lab, premier centre d'innovation européen dédié au commerce retail.

Autre exemple de ce foisonnement autour de l'Open Innovation, les Adicode (Ateliers de l'innovation et du CODEsign), dédiés à l'innovation et à son management, ainsi qu'au co-design, développés par le groupe Hei-Isa-Isen, l'un des premiers pôles de formation d'ingénieurs en Europe basé à Lille. Les porteurs de projets peuvent travailler avec les étudiants pendant plusieurs mois sur leur idée. Cela a été le cas de Quentin Dubrulle,

Quentin Dubrulle, fondateur d'Unéole.

D.R.

UNEOLE

fondateur d'Unéole, qui commercialise une petite éolienne en milieu urbain. « Quatre sessions de codesign de deux jours ont été organisées avec une vingtaine de personne dont des étudiants, des professeurs, de futurs clients et même des amis. » L'expérience, concluante, a permis de faire évoluer le projet et d'ouvrir le champ des possibles. « J'envisageais des pales en fibre de verre, mais j'ai changé d'avis et opté pour des composites à base de fibres de lin, une production locale ». Ces deux dernières années, 120 cas ont été accompagnés par les Adicode.

Pourquoi faire appel à l'Open Innovation ?

« À l'heure où les technologies se complexifient, il faut désormais plusieurs métiers pour réaliser son produit. Une entreprise a du mal à réunir toutes les compétences seule », confirme Anthony Beaudier, gérant de Global Vision, basé à Lille et spécialiste de l'Open Innovation et de la veille technologique depuis 2008. Si la théorisation du concept l'a remis à la mode, le contexte économique actuel impose toujours plus d'innovation. Les sociétés s'obligent à aller plus vite, plus loin, plus fort. « Le fait de côtoyer d'autres mondes, d'autres ressources, permet aussi d'amener une vision bénéfique pour les entreprises », ajoute Simon Houriez, fondateur de l'association Signes de Sens qui développe des produits d'apprentissage pour les personnes en situation de handicap. « Au sein des entreprises classiques, il est difficile de trouver une innovation de rupture sans s'ouvrir vers l'extérieur. Parfois, quand on travaille avec de grands groupes, j'ai l'impression d'exprimer des idées banales… mais en fait, ils n'y avaient pas pensé ! »

Le Ceti, Centre européen des textiles innovants, est tout à fait dans cette démarche depuis sa création, en 2012. Une société peut y développer un produit, grâce à un réseau international de contacts •••

L'INNOVATION GAGNE LE LOGEMENT SOCIAL

L'Open Innovation se niche parfois là où on ne l'attend pas. Ainsi, en 2010, le bailleur social Vilogia s'est doté d'une direction de l'innovation en recrutant un ancien de Bouygues Telecom, Éric Danesse. Depuis, l'entreprise a adhéré à l'European for Living (EFL), organisme regroupant des bailleurs et des entreprises et a travaillé sur le projet I-stay@home, visant à maintenir à domicile des seniors à l'aide des nouvelles technologies. « Nos logements étant pleins nous n'étions pas obligés d'innover. Mais c'était une volonté de la direction. Rencontrer des start-up ouvre vraiment l'esprit sur l'aménagement et les usages de nos logements. » **N. M.**

Éric Danesse, directeur de l'innovation chez Vilogia.

IMAGE&SON

COMMUNIQUÉ

PAS-DE-CALAIS ACTIF,
LE PRÉCIEUX ATOUT DES PORTEURS DE PROJETS

DEPUIS SA CRÉATION EN 1995, LE GROUPEMENT D'INTÉRÊT PUBLIC PAS-DE-CALAIS ACTIF, QUI EST MEMBRE DU RÉSEAU FRANCE ACTIVE, INTERVIENT DANS LE DÉPARTEMENT DU PAS-DE-CALAIS AFIN DE FAVORISER ET DE CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE SOCIAL ET SOLIDAIRE DU TERRITOIRE.

DR

Marc Descamps, dirigeant de l'association Habitat Jeune et Caroline Matrat, présidente de Pas-de-Calais Actif.

Pour ce faire, l'entité présidée par Caroline Matrat, conseillère départementale du Pas-de-Calais, fournit un soutien technique et financier aux porteurs de projets issus de l'économie sociale et solidaire. Pas-de-Calais Actif dispose également de dispositifs *ad hoc* s'adressant aux créateurs ou aux repreneurs de micro-entreprises (garanties facilitant l'accès au crédit bancaire, prêts à taux 0 dans le cadre du dispositif NACRE ainsi que des subventions à hauteur de 4 600 euros s'adressant aux créateurs d'entreprises bénéficiaires du RSA et aux jeunes créateurs).

L'une des missions de Pas-de-Calais Actif consiste à offrir un financement aux entreprises œuvrant dans le secteur de l'économie sociale et solidaire *via* des prêts de 0 à 2 %, sur des montants compris entre 5 000 et 1 500 000 euros. La structure se porte également garante des emprunts bancaires classiques contractés par les porteurs de projets, et est en mesure de débloquer des subventions d'investissement à hauteur de 10 000 euros. Pas-de-Calais Actif constitue aussi un relais précieux pour tout ce qui relève de l'accompagnement à la création, au développement et à la consolidation des entreprises de l'économie sociale et solidaire. D'autant qu'en cas de difficultés, les intervenants du secteur ont la possibilité de tabler sur un accompagnement d'urgence et des avances sur trésorerie pouvant atteindre jusqu'à 100 000 euros sur 6 à 9 mois.

En 2014, Pas-de-Calais Actif a ainsi financé et accompagné 522 projets pour 13 millions d'euros mobilisés, ce qui représente 5 871 emplois équivalent temps plein. C'est dire combien le financeur solidaire porte bien son nom ! Marc Descamps dirige, depuis 2000, l'association Habitat Jeunes dont le but est de favoriser le logement autonome des jeunes et leur insertion sociale sur le calaisis : « *Quand nous avons ouvert notre première résidence, il y a 5 ans, nous nous trouvions en délicate posture. Il était difficile pour un établissement bancaire de s'engager sur un projet architectural achevé ne disposant que de 40 % du budget de fonctionnement nécessaire… Pas-de-Calais Actif a agi comme un précieux levier en prenant le risque de garantir notre prêt bancaire de 145 000 euros en plus de nous octroyer un prêt de 100 000 euros à très bas taux. En outre, leurs conseils se sont avérés tout à fait bénéfiques pour la professionnalisation de notre entreprise. Nous avons fait appel à eux une seconde fois pour l'ouverture d'un centre maternel. Aujourd'hui, l'association affiche une excellente santé économique, passant en 5 ans de 500 000 à 2,6 millions d'euros de chiffre d'affaires, et de 10 à 42 salariés.* »

DR

Le foyer pour jeunes Habitat Jeunes.

PAS-DE-CALAIS ACTIF
FINANCEUR SOLIDAIRE POUR L'EMPLOI

PAS-DE-CALAIS-ACTIF - FINANCEUR SOLIDAIRE POUR L'EMPLOI
23, rue du 11 Novembre, 62300 Lens - Tél. : 03 21 42 68 44.
contact@pasdecalaisactif.org - www.pasdecalaisactif.com

••• divers. « Quand on estime qu'un projet a du potentiel, on réunit autour de la table et par visioconférence des marketeurs, des ingénieurs, des industriels pour le développer, et imaginer son application concrète », explique Pascal Denizart, directeur général du Ceti. Sans pour autant faire n'importe quoi. « Le plus difficile c'est de réunir les bonnes personnes. L'Open Innovation ne s'improvise pas : il faut une méthodologie et une structuration. »

Le client, acteur de l'innovation

Plus que l'innovation technologique, l'Open Innovation se révèle importante dans la manière de comprendre les besoins des clients. L'exemple des Danois de Lego est probant : avec l'ouverture d'une plate-forme de création virtuelle en 2005, la marque proposait aux internautes de concevoir leurs propres assemblages… pouvant ensuite être proposés à la vente moyennant un pourcentage sur les bénéfices. Ce fut un succès ! C'est sur ce principe que Jean-Maurice Morque, PDG de Crouzet agencement à Roubaix, a en partie relancé l'activité de la société de construction de meubles, en grande difficulté en 2009. En positionnant le client comme un véritable partenaire. « D'ailleurs, on ne dit plus client, mais bénéficiaire », s'amuse-t-il. Le même principe de coconstruction est décliné aussi dans les contrats avec les hôpitaux. « Au personnel soignant de nous expliquer leurs besoins. Ce sont eux les utilisateurs premiers. » Avec l'Open Innovation, le public se met désormais au cœur du processus de création.

Partenariats avec des start-up, des clients, des concurrents, des étudiants… L'Open Innovation est protéiforme. Il ne faut pas oublier que pendant longtemps, l'innovation était réservée aux services R&D et aux bureaux d'études. Ce n'est que récemment que certains entrepreneurs ont compris qu'elle pouvait émaner de leurs propres salariés. Comme dans l'entreprise Delecroix Constructions, à Blaringhem dans les Flandres, spécialiste des machines agricoles sur-mesure utilisées pour mécaniser les récoltes manuelles comme le choux-fleur ou le melon. La petite entreprise de neuf personnes est, de fait, obligée de compter sur toutes les bonnes âmes, clients et fournisseurs techniques, mais aussi en interne pour élaborer le produit. « L'innovation doit être pensée dans toutes les strates de l'entreprise, explique Jean-François Toubeaux, gérant de Delecroix Constructions. Ici, ouvriers, comme bureau d'études et dirigeants font finalement de l'Open Innovation en interne. Et quand on bute réellement, on recherche des savoir-faire extérieurs. » Bilan des courses pour le dirigeant qui a repris l'entreprise il y a quatre ans : + 50 % de chiffre d'affaires ! Comme quoi être « open » a du bon. ● **G. D./N. M.**

COLLABORATIF. Chez Delecroix, tout le monde participe à la conception de nouvelles machines agricoles.

D.R.

LA TROISIÈME RÉVOLUTION INDUSTRIELLE, UNE DÉCLINAISON DE L'OPEN INNOVATION

PORTRAIT SENSIBLE

D.R.

Dans la région, l'Open Innovation se retrouve aussi dans la troisième révolution industrielle (TRI), lancée en 2013 par l'économiste américain Jeremy Rifkin. Objectif de la démarche : permettre au Nord - Pas-de-Calais d'accéder à l'autonomie énergétique. Les bonnes pratiques essaiment et s'échangent, alors que 300 entreprises et universités se sont déjà engagées dans cette (r)évolution. Comme les Billards Toulet. Après avoir remplacé leurs chaudières à gaz par d'autres, alimentées à partir des poussières de bois issues de leur fabrication, le gérant de l'entreprise, Marc-Alain Deledalle (ci-dessus), s'est lancé dans les billards éco-conçus. « Un succès dans les pays scandinaves. » Il envisage prochainement la construction d'un nouveau bâtiment alliant productivité et bien-être. Autre entreprise engagée dans la TRI, Unéole, dont les éoliennes innovantes seront en partie financées par le Livret d'épargne troisième révolution industrielle. Ouvert depuis le début d'année, il a permis de récolter 5 millions d'euros au 26 juin auprès de 800 épargnants. Le public s'approprie ainsi le devenir des entreprises et du territoire. De quoi faire rêver la Chambre de commerce et d'industrie de la région qui se fixe désormais comme objectif de récolter 10 millions d'euros d'ici à la fin de l'année! **N. M.**

COMPLÉMENTAIRE
SANTÉ COLLECTIVE,
JE FAIS QUOI
POUR MES SALARIÉS ?
SANTÉ COLLECTIVE POUR TOUS
Le Crédit Agricole, 1ère banque des professionnels*,
vous accompagne dans la mise en place
de la complémentaire santé de vos salariés.
Le contrat d'assurance Complémentaire Santé Pro TPE est assuré par PACIFICA, filiale d'assurances dommages de Crédit Agricole Assurances. PACIFICA, S.A. au capital entièrement libéré de 252 432 825 €, entreprise régie par le Code des Assurances. Siège social : 8-10, boulevard de Vaugirard – 75724 Paris Cedex 15. 352 358 865 RCS Paris. Les événements garantis et les conditions figurent au contrat. Ce contrat est distribué par votre Caisse régionale de Crédit Agricole, immatriculée à l'ORIAS en qualité de courtier. Les mentions légales de votre Caisse sont disponibles sur www.mentionscourtiers.credit-agricole.fr ou dans votre agence Crédit Agricole. Document non contractuel à caractère commercial.
* En taux de pénétration commerciale – étude PEPITES / avril 2014.
ca-norddefrance.fr
03.66.33.44.55
Appel non surtaxé
LUNDI AU VENDREDI : 8H-20H & SAMEDI 8H-18H
NORD DE FRANCE
BANQUE ET ASSURANCES

NHCD

DURABLE. Les franchises ont plus de chances de survivre à cinq ans d'exercice comme le prouve Notting Hill Coffee, créée en 2002, qui va ouvrir sa 6e enseigne, fin septembre, à Valenciennes.

La franchise, une autre façon de créer

La franchise a le vent en poupe. Plus sécurisée, plus rassurante, cette forme de création « accompagnée » ne manque pas d'atouts, surtout en période de crise. Pour autant est-elle vraiment sans risque ? Certains secteurs sont-ils plus porteurs ? Quel est le montant de l'investissement ? Tour d'horizon des questions à se poser avant de se lancer.

Par **Gaëtane Deljurie** et **Nicolas Montard**

Aujourd'hui
CLIENT
~
>> demain <<
PATRON
de votre MAGASIN
DE PROXIMITÉ

Carrefour contact
Carrefour express
Carrefour city
8 à Huit

Devenez FRANCHISÉ
d'une ENSEIGNE
CARREFOUR PROXIMITÉ

Découvrez-nous sur : www.franchise-proximite.carrefour.com

Rejoignez nous au : salon CRÉER, les 14, 15 et 16 sept. (stand E5)

Contactez-nous : Claire Sion : 06 86 69 88 46
Isabelle Parmentier : 06 31 28 06 35

PRUDENCE. Une fois choisie, il faut se plier à la stratégie de l'enseigne. D'où l'importance de bien étudier son franchiseur.

BERTRAND

Gauthier Buquet a construit toute sa carrière dans l'automobile. Mécanicien, chef d'atelier, responsable SAV, il y a gravi les échelons. Puis, à 50 ans, lassé « des chefs qui [lui] apprenaient la vie », il saute le pas. Après une première expérience comme entrepreneur dans le recrutement des métiers de l'automobile, il se rend compte qu'il n'est pas fait pour rester derrière un ordinateur et décide de reprendre une franchise. En 2013, il investit 75 000 euros dont 15 000 euros de droit d'entrée, financés en prêts bancaires et apports personnels, dans Autosmart, un groupe britannique spécialisé en produits de nettoyage pour véhicules. « Je devenais mon propre patron sans prendre trop de risques. »

Gauthier Buquet fait partie des 340 000 emplois directs générés par la franchise dans l'Hexagone. Un secteur dont le succès ne se dément pas depuis quelques années. « Le nombre de franchisés croit entre 2 et 5 % tous les ans depuis deux décennies », confirme Rose-Marie Moins*, responsable formation et promotion au sein de la Fédération française de la franchise. La franchise s'offre même le luxe de se diversifier : secteur des services à la personne, du courtage en travaux, des crédits ou même de l'artisanat. « On sait que les artisans ne sont pas de très bons vendeurs. Les franchises leur offrent tout le matériel commercial afin qu'ils puissent se concentrer sur leur métier. »

Des droits d'accès à quatre chiffres

Se focaliser sur son savoir-faire, ne pas se disperser dans la communication, le marketing ou la gestion des achats constituent les principaux atouts de la franchise. A Wambrechies, Thibaut Colombier, autodidacte de 30 ans, peut ainsi bénéficier de l'expertise de 200 producteurs et des 850 références des Domaines qui montent, une franchise caviste-table d'hôtes dont il a ouvert une antenne au début de l'année. « Le plus dur dans notre métier, c'est d'acheter du vin. Là, je bénéficie de l'effet réseau et de vingt-cinq années de travail en amont. » « L'expertise du franchiseur a un côté très rassurant et permet un gain de temps et d'organisation », estime Mathilde Dormion, responsable commerce à la Chambre de commerce et d'industrie de région Nord de France. Sur le papier, la franchise propose assurément une formule souple et sécurisante. En effet, le fait d'être soutenu par une marque rassure tout en permettant, en théorie, de se développer bien plus rapidement sur son marché. Mais ce système a un coût : le pourcentage moyen à reverser à la franchise s'élève de 2 à 10 % de royalties. Il existe aussi quasiment syste- •••

PRUDENT. Pour Gauthier Bucquet, 50 ans, la franchise semblait la solution idoine pour créer sans prendre trop de risques.

D.R.

« L'expertise du franchiseur a un côté très rassurant et permet un gain de temps et d'organisation. »

Roady CENTRE AUTO
PUBLI-REPORTAGE

INTERVIEW

"J'AI CHOISI LE GROUPEMENT POUR SES VALEURS HUMAINES "

Après plusieurs années d'expérience dans l'univers des centres-autos, Laurent Thiébaud a pris les commandes du centre-auto Roady de Carcassonne (11) en octobre 2008. Ce projet lui a permis d'unir sa passion pour l'automobile et son désir d'être entrepreneur.
Il nous présente son quotidien d'adhérent Roady.

Laurent Thiébaud
Propriétaire d'un Roady à Carcassonne (11)

Pourquoi avoir choisi de devenir chef d'entreprise Roady ?

Tout d'abord, je ne concevais pas ma vie sans entreprendre. Je souhaitais évoluer professionnellement, mais à mon rythme, et la seule manière d'y parvenir était de diriger ma propre entreprise. Ensuite, ma volonté a toujours été d'avoir un business plan dans l'automobile, car je suis passionné par cet univers. J'estime qu'on s'épanouit plus facilement dans un secteur que l'on apprécie et que l'on connaît. On est forcément plus motivé. Depuis longtemps, je désirais entrer dans notre Groupement. J'ai été salarié dans un centre-auto du Groupement, ce qui m'a permis d'en entrevoir les valeurs. Fortement séduit par cette expérience, je ne concevais pas de changer d'enseigne. Quand il a fallu faire un choix, cela ne pouvait être que Roady. C'était ma passion et mon devoir d'y entrer, tout simplement.

Quel est votre quotidien d'adhérent Roady ?

Ma politique est très simple : des prix bas, du service, un accueil, et des collaborateurs qui se sentent bien dans l'entreprise. Je pense que c'est la bonne formule pour gagner des parts de marché. D'ailleurs, je ne fais qu'appliquer la politique de mon enseigne, et cela fonctionne ! Au quotidien, nous faisons de l'entretien automobile et nous avons un magasin en libre-service où nous vendons tout ce qui est accessoire auto. Votre voiture, c'est un peu comme une part de vous-même, et quand vous la confiez à quelqu'un, vous attendez que cette personne en prenne soin. Chez Roady, nous mettons tous les moyens pour être à la hauteur des attentes de nos clients. Une autre partie de mon temps est réservée au Groupement par le biais du tiers temps. Je suis administrateur Région Sud-Est. Je siège au Conseil d'administration international élargi. Mon rôle consiste à rendre compte aux adhérents de ma région de ce qui se décide au Conseil, et d'informer le Conseil des besoins des adhérents Sud-Est. Par cette mission, je suis au service des autres et c'est très enrichissant personnellement.

Quels sont, selon vous, les atouts du Groupement des Mousquetaires ?

C'est tout d'abord le capital humain basé sur les liens entre adhérents et collaborateurs. J'ai choisi le Groupement pour ses valeurs humaines, et j'aime aussi l'idée d'être un acteur participant à l'avenir et à la réussite, non seulement de mon enseigne, mais aussi du Groupement. Aujourd'hui, dans le secteur automobile, Roady est vraiment la seule enseigne où cela est possible. En fait, tout commence lors de la formation initiale de quatre mois et demi. Des liens se créent entre les futurs adhérents, et deviennent de plus en plus solides tout au long du processus. Le respect et la solidarité qui existent entre toutes les enseignes, s'enracinent dès cette phase de formation et se prolongent tout au long de notre vie au sein des Mousquetaires. C'est, pour moi, cette force humaine qui fait la puissance du Groupement.

Quels conseils pourriez-vous donner à ceux qui aimeraient se lancer ?

Battez-vous pour ce en quoi vous croyez, car aujourd'hui rien n'est impossible, surtout dans notre Groupement. On a tous des rêves, et même si la conjoncture actuelle peut parfois nous faire peur et nous freiner, tout est possible si l'on se bat. Une fois à la tête de son entreprise, il faut garder les pieds sur terre et savoir se remettre en question à tout moment. C'est le meilleur moyen pour rester au sommet par rapport à la concurrence. Et puis, en respectant les valeurs et en appliquant tout ce que le Groupement peut enseigner, on ne peut que réussir !

ROADY EN BREF

- 118 POINTS DE VENTE EN FRANCE
- CA MOYEN PAR POINT DE VENTE : 1,65 M€
- APPORT PERSONNEL MINIMUM : 95 000 €
- DROITS D'ENTRÉE : AUCUN

les Mousquetaires
www.devenir-mousquetaires.com

SELECTIF. Chaque année chez Carrefour, sur 800 contacts pris dans le Nord, seuls une trentaine de dossiers aboutissent.

LIONEL BARBE / CARREFOUR

••• matiquement des droits d'accès avec des sommes à quatre zéros.

Jacques Hamdane, 48 ans, en sait quelque chose. Il y a sept ans, désireux d'ouvrir une franchise, il se rapproche de Midas (groupe Mobivia). « Pour l'ouverture de mon premier centre à Wattrelos, afin de financer l'équipement, j'ai contracté 185 000 euros de prêts bancaires en plus d'un apport personnel d'un peu moins de 60 000 euros », explique celui qui a longtemps été chef de centre salarié, toujours chez Midas. « Les droits d'entrées pour la franchise s'élevaient en sus à 25 000 euros. Au bout de trois ans, grâce à un chiffre d'affaires de 750 000 euros pour 5 salariés, j'avais tout remboursé. » Désormais à la tête d'un deuxième centre, à Leers, acheté il y a deux ans, Jacques Hamdane est convaincu par ce modèle.

« J'apprécie de ne pas avoir besoin d'acheter les pièces et de négocier les tarifs chez nos fournisseurs. Achats groupés, formation, innovation, concepts commerciaux : tout est pris en charge, nous n'avons qu'à nous concentrer sur la vente. » Le chef d'entreprise l'admet aujourd'hui : pour réussir, il faut « s'impliquer à 200 %, être rigoureux, ne rien lâcher. En tant que franchisé, on devient dirigeant, manager, secrétaire, psychologue, etc. ».

« Achats groupés, formation, innovation, concepts commerciaux : tout est pris en charge, nous n'avons qu'à nous concentrer sur la vente. »

L'importance de l'accompagnement

Chez Carrefour, le futur franchisé peut soit apporter entre 80 000 et 120 000 euros selon la taille des magasins, soit être locataire-gérant pendant trois ans, le temps de constituer cet apport (7 500 euros sont alors investis dans la création de la SARL). Mais pour ouvrir une supérette en centre-ville, un bon compte en banque ne suffit pas. Seuls une trentaine de nouveaux franchisés sont sélectionnés parmi les 800 contacts pris par an au sein du Nord-Pas-de-Calais, de la Picardie et de la Haute-Normandie. « Nous organisons un premier rendez-vous pour détecter le projet professionnel et la motivation du futur chef d'entreprise », explique Daphné Deffrennes, directeur recrutement et formation chez Carrefour. Au cours d'une seconde entrevue seront examinés la personnalité et « l'in basket » pour évaluer les réactions face aux imprévus, la capacité d'organisation, l'aptitude au management… Si ces tests s'avèrent concluants, le candidat rencontre ensuite le directeur régional du parc de magasins pour confirmer le choix. « Carrefour Express propose ensuite une formation de deux mois dans un magasin école afin de prendre les manettes progressivement ». L'accompagnement perdurera ensuite tout au long de l'aventure.

Evidemment, il serait dangereux de voir la franchise comme un monde •••

poivre rouge RESTAURANT & GRILL

PUBLI-REPORTAGE

INTERVIEW

"CHEZ LES MOUSQUETAIRES, L'HOMME EST LA CLÉ DU SUCCÈS "

Jérôme Barbotte a racheté avec son épouse Lydiane le restaurant Poivre Rouge de Champniers (16) en août 2012. Entrepreneurs dans l'âme et passionnés par la restauration, ils nous font partager leur expérience de chefs d'entreprise Mousquetaires.

Jérôme et Lydiane Barbotte
Propriétaires d'un Poivre Rouge à Champniers (16)

Pourquoi avoir choisi Poivre Rouge ?

J'ai toujours eu envie d'entreprendre, de créer quelque chose, parce que je voulais être acteur de ma vie. J'ai été indépendant pendant trois ans au sein d'une enseigne de restauration rapide. Ce n'était qu'un début car je voulais vraiment m'orienter vers la restauration avec service à table. Ensuite, je souhaitais travailler avec mon épouse qui elle-même a une formation dans ce domaine. Nous avons choisi Poivre Rouge pour plusieurs raisons : j'ai travaillé en tant que directeur d'un Intermarché, ce qui m'a permis de mieux connaître le Groupement, et dans l'entourage familial de ma femme, il y a plusieurs chefs d'entreprise Mousquetaires. Notre choix s'est donc fait assez naturellement.

Quel est votre quotidien d'adhérents Poivre Rouge ?

Nous employons une vingtaine de collaborateurs. Notre restaurant est assez atypique comparé aux autres Poivre Rouge, puisque nous avons une capacité de plus de 270 places (ndlr : 200 places en moyenne). Il y a beaucoup de travail, beaucoup de décisions à prendre, et c'est très intéressant ! Je consacre également deux jours par semaine au Groupement, c'est ce que nous appelons le tiers temps. Je siège au Conseil d'administration, où j'ai en charge la direction administrative et financière. Le tiers temps fait partie de l'ADN du Groupement, on l'intègre dès le départ. Ce qui m'intéresse chez les Mousquetaires, c'est justement cette idée de partage, de travailler avec d'autres personnes, dans d'autres domaines, et de prendre des décisions pour le collectif, pour l'enseigne et pour le Groupement. Je retrouve tous ces éléments dans mon tiers temps. Je suis vraiment ravi, ça me permet de vivre pleinement mon aventure.

Quels sont les atouts de ce système apparenté à la franchise ?

Lors de mon expérience en restauration rapide, j'étais dans un système de franchise, où toutes les décisions étaient imposées par la direction centrale. C'est totalement différent au sein du Groupement. Chez les Mousquetaires, l'homme est la pièce maîtresse et la clé de la réussite. Nous prenons les décisions à la fois au sein de notre entreprise, nous sommes de vrais indépendants, mais aussi en collaboration pour le Groupement. C'est ce que nous appelons l'interdépendance. En participant à la stratégie et à l'avenir du Groupement, nous n'avons pas l'impression de subir les choix. C'est ce qui fait la spécificité des Mousquetaires. Au-delà de ça, comme dans toute franchise classique, nous bénéficions du soutien de ce grand groupe dans tous les domaines : achats, développement, juridique, marketing… En somme, c'est le côté humain qui fait toute la différence.

Quels conseils donneriez-vous à ceux qui aimeraient se lancer ?

Avant tout, il faut vouloir prendre son destin en main, avoir envie de créer, d'entreprendre, d'être indépendant. Après, une fois la décision prise, ne plus réfléchir et foncer ! Il ne faut pas avoir peur de donner de son temps pour les autres, aimer transmettre, aimer apprendre et aimer partager. Pour ma part, je suis vraiment épanoui dans ce que je fais. J'ai trouvé la façon de travailler et d'être qui me convient. Le Groupement correspond vraiment à mes valeurs : des valeurs humaines de partage et d'entreprise.

POIVRE ROUGE EN BREF

- 81 RESTAURANTS EN FRANCE
- SURFACE COMMERCIALE DU RESTAURANT : 272 M²
- CA MOYEN PAR RESTAURANT : 1,5 M€
- APPORT PERSONNEL MINIMUM : 100 000 €
- DROITS D'ENTRÉE : AUCUN

les Mousquetaires **www.devenir-mousquetaires.com**

SUCCÈS. « Le nombre de franchisés croît entre 2 et 5 % tous les ans depuis deux décennies », indique Rose-Marie Moins.

D.R.

••• idyllique. Il y a des règles à respecter, une exigence. « Si l'enseigne est rouge, c'est rouge. Si on doit vendre tel produit, c'est tel produit », assène Rose-Marie Moins. L'inconvénient d'un réseau, c'est que tout le monde est condamné à agir de la même façon. « Il faut aussi garder à l'esprit qu'au départ, les coûts représentent une charge fixe. Au lancement, ça plombe », met en garde Mathilde Dormion.

Faire le tour des franchises du secteur d'activité dans lequel on veut se lancer est également un passage obligé comme en témoigne Thomas Colombier, des Domaines qui montent. « C'est indispensable. Cela permet de se rendre compte si on est en phase avec la philosophie du groupe. J'ai approché d'autres franchises et j'ai bien vu que ce n'était pas ce que je recherchais. » Car une fois choisie, il faut se plier à la stratégie de l'enseigne. D'où l'importance de bien étudier son franchiseur. Mais aussi de veiller à ce qu'il ne bénéficie pas d'un développement trop rapide, limite anarchique, et à lire précisément les contrats.

Un taux de survie supérieur à la moyenne

David Dubois l'a appris à ses dépends. À 22 ans, ce Boulonnais a voulu créer son entreprise sur le littoral nordiste. Une célèbre marque américaine de sandwichs sera son franchiseur. « Cela paraissait plus simple, ça aidait à bien démarrer. » Mais en cinq ans, son rêve d'entrepreneur tourne au cauchemar. Ses deux restaurants perdent de l'argent obligeant le tribunal de commerce à proposer un plan de redressement. Mais le franchiseur, à qui David Dubois doit 45 000 euros de royalties (12,5 % du chiffre d'affaires), ne l'entend pas de cette oreille et décide de ne plus le livrer en produits de la marque. Résultat : David doit mettre la clé sous la porte et licencier cinq salariés. Il lui reste aujourd'hui quelques leçons à méditer : « Je payais par exemple le Coca-Cola moins cher chez Metro que chez mon franchiseur, cela soulève des questions. » Son conseil face aux mirages de la franchise ? Rester vigilant. « Il ne faut pas trop se laisser berner, et surtout faire relire le contrat de franchise à un avocat, même si la marque est reconnue. À part venir contrôler une fois par mois mes chiffres, mon franchiseur n'a jamais rien fait pour moi. ».

Rien n'est parfait. Néanmoins, dans le monde des franchisés, les réussites semblent plus faciles. Quand une entreprise classique sur deux a une chance de survivre à cinq ans d'exercice, les franchises sont quatre sur cinq. Car le franchiseur a aussi pour rôle d'aider son poulain dans ses procédures lorsque les résultats ne sont pas au rendez-vous. S'affranchissent-ils d'ailleurs souvent de la maison-mère ? « Ça arrive, conclut Rose-Marie Moins de la Fédération française de la franchise. Tout dépend aussi du secteur : dans la vente de produits, la plate-forme propose des prix avantageux, c'est parfois difficile de trouver mieux. Pour une société de service, comme l'informatique, c'est plus facile. » 65 % des franchisés renouvellent au moins une fois leur bail avec le franchiseur. S'ils paraphent un nouveau contrat, il doit y avoir une bonne raison. ● **G. D./N. M.**

* Rose-Marie Moins anime une conférence sur la franchise lors du salon Créer de Lille, du 14 au 16 septembre. Renseignements sur www.saloncreer.com

FRANCHISEUR, MODE D'EMPLOI

Guillaume Legrand a décidé, non pas d'être franchisé, mais de devenir franchiseur. Ce Nordiste est à l'initiative de Corespa, un concept de salle de sport, créé en 2007, avec suivi personnalisé. « Nous avons travaillé trois ans sur le modèle de cette franchise à l'opposé du concept de libre-service », explique t-il. De la stratégie de communication au merchandising en passant par la formation interactive, le logiciel de gestion ou l'appli client : tout a été pensé dans les moindres détails. Pour ouvrir une salle de sport Corespa, la mise de départ oscille entre 120 000 à 150 000 euros en fonction des travaux à effectuer (le réseau pouvant aider au financement), l'apport minimum étant de 50 000 euros. « À partir de 100 abonnés à 45 euros par mois, le projet atteint son seuil de rentabilité », souligne Guillaume Legrand qui mise aussi sur les ventes additionnelles. Côté développement, Corespa espère ouvrir jusqu'à trois centres dans la région d'ici à cinq ans, cinq d'ici à dix ans. Parmi les autres franchiseurs made in *Nord-Pas-de-Calais, on retrouve le concept de Notting Hill Coffee, dont la spécialité est de proposer des pâtisseries maison et des cafés à emporter. Le Lillois Serge Assama avait anticipé l'effet Starbucks, en ouvrant une boutique pilote rue Esquermoise, dès 2002. Douze ans plus tard, la marque compte cinq enseignes à Lille, une à Marcq-en-Barœul et une à Arras. Et sûrement bientôt dans d'autres villes en France…*

BRICO MARCHÉ
PUBLI-REPORTAGE

INTERVIEW

"CE QUI NOUS A SÉDUITS : L'ESPRIT DES MOUSQUETAIRES ! "

Après une expérience professionnelle de commerce et de gestion dans la grande distribution, David Brault réalise son objectif à 37 ans : devenir chef d'entreprise. Avec son épouse Christine, il dirige le Bricomarché d'Aubigny-sur-Nère, dans le Cher, depuis mai 2007. Ce projet leur a permis d'unir leur passion du bricolage à leur désir d'être acteurs de leur vie professionnelle.

David et Christine Brault
Propriétaires d'un Bricomarché à Aubigny-sur-Nère (18)

Pourquoi avoir choisi le Groupement des Mousquetaires pour créer votre entreprise ?

Avant de nous lancer, nous nous sommes renseignés auprès de plusieurs enseignes. Très vite, le Groupement des Mousquetaires nous est apparu comme le plus sérieux et le plus adapté par rapport à notre projet. Le fait d'être propriétaire de son point de vente, tout en étant à l'intérieur d'un groupe, est intéressant car nous sommes indépendants mais pas isolés. Nous avons été séduits par l'esprit des Mousquetaires : un groupement d'hommes et de femmes avec des valeurs humaines fortes d'entraide et de solidarité. Quant à Bricomarché, c'est une des rares enseignes du secteur à regrouper cinq univers sous le même toit : bricolage, décoration, matériaux, jardin et animalerie. Tout était réuni pour que notre choix se porte sur les Mousquetaires.

Comment s'est déroulé le processus de recrutement et d'intégration ?

Après différents entretiens permettant de vérifier notre motivation et la solidité de notre projet, nous avons suivi plusieurs mois de formation, alternant la théorie et l'expérience terrain en point de vente. Ce processus est essentiel car il est un gage de réussite pour le projet. Cette période de formation est aussi un moment d'intégration fort puisqu'il permet d'échanger avec les autres adhérents du Groupement, et de construire ce sentiment d'appartenance sur lequel vont se développer les valeurs de solidarité et d'entraide. Nous avons reçu un très bon accueil et avons été suivis tout au long de cette intégration. Cet accompagnement continue ensuite avec les réunions trimestrielles en région et grâce au tiers temps.

Qu'est-ce que le tiers temps ?

Chaque adhérent consacre deux jours par semaine à la direction des structures du Groupement, pour lequel il travaille sur des thématiques précises : marketing, finance, informatique, achats, logistique… A l'inverse des groupes de franchisés, il prend ainsi part aux décisions qui concernent l'avenir de son enseigne ou du Groupement. C'est extrêmement riche, car nous ne sommes pas enfermés à l'intérieur de notre point de vente et nous sommes acteurs de la bonne gestion de notre entreprise commune. Ce temps d'échanges entre les adhérents permet aussi de lutter contre l'isolement et c'est un moyen pour tous de progresser en apportant une meilleure connaissance et une maîtrise des systèmes de fonctionnement.

Quel message pourriez-vous donner à ceux qui aimeraient se lancer ?

Si vous êtes réellement motivés, si vous êtes prêts à vous investir au quotidien, vous avez tout à gagner en intégrant un groupe d'entrepreneurs humains, indépendants et avec des atouts inégalés, tel que le Groupement des Mousquetaires. En tant qu'entrepreneurs, vous n'êtes pas seuls. Tout a été construit pour vous permettre de mener à bien votre projet, qu'il s'agisse de concept, de communication, d'achats ou de suivi de budgets. En un mot : venez nous rejoindre ! Pour notre part, nous sommes pleinement satisfaits de notre investissement et si c'était à refaire, nous le referions.

BRICOMARCHÉ EN BREF

- 1ER RÉSEAU FRANÇAIS D'INDÉPENDANTS DU SECTEUR DU BRICOLAGE
- 35 ANS D'EXISTENCE
- 499 POINTS DE VENTE EN FRANCE
- SURFACE D'ACTIVITÉ : DE 1 000 À 5 000 M²
- CA MOYEN PAR POINT DE VENTE : 3,5 M€
- APPORT PERSONNEL MINIMUM : 100 000 €
- DROITS D'ENTRÉE : AUCUN

les Mousquetaires
www.devenir-mousquetaires.com

Solutions Pro CIC

Construisons ensemble votre avenir professionnel.

CIC Nord Ouest